100 INGRESOS PASIVOS



AGUSTÍN GRAU

100 INGRESOS PASIVOS

El camino definitivo para tu libertad financiera

Agustín Grau

Agustín Grau

agustingrau.com

100 INGRESOS PASIVOS

El camino definitivo para tu libertad financiera

Ediciones El Viaje de la Conciencia

Primera edición electrónica: España, Octubre de 2016

TABLA DE CONTENIDOS

"No hay libertad sin independencia económica"

-Isabel Allende. *Paula*-

"El hombre nace libre, responsable y sin excusas"

-Jean Paul Sartre-

"No hay mucho que puedes hacer sobre la economía nacional, pero sí hay mucho que puedes hacer sobre tu economía personal"

-Zig Ziglar-

"Ser pobre es muy caro"

-Michael Chu-

"Solo unos pocos encuentran el camino, otros no lo reconocen cuando lo encuentran, otros ni siquiera quieren encontrarlo"

-Lewis Carroll. *Alicia en el país de las maravillas*-

ANTES DE EMPEZAR

Me alegra mucho que tengas este manual en tus manos. Me alegra por lo que supone para ti de ampliar conocimientos y posibilidades de obtener ingresos. El contenido ha sido elaborado partiendo de mi propia experiencia personal en muchos de los supuestos citados (quizá la mayoría, no los he contado), así como de la formación que he ido adquiriendo a lo largo de mi vida sobre estas cuestiones.

Cualquiera de las modalidades de ingreso mencionadas en esta obra NO supone incitación o invitación a su realización sin previamente obtener información de todo lo relativo a la misma, principalmente en lo concerniente a los aspectos legales. Dicho de otra forma: debes cerciorarte ANTES de iniciar cualquier actividad de lo que la legislación de tu país o localidad exige respecto a la normativa legal y los requisitos a cumplir.

Tampoco hay en este manual, como no podría ser de otra forma, promesa de obtención 100% de beneficios en todo lo que hagas. Que haciendo las cosas bien se obtengan, y que de hecho yo los venga obteniendo desde hace años y viva literalmente de ellos, no significa que siempre al 100% y en todos los casos vayan a obtenerse. Dependerá en cada supuesto de una pluralidad de factores.

Dicho lo cual, te animo a poner en práctica todo aquello que vibre contigo y a informarte previamente de las consideraciones jurídicas y económicas de cada supuesto. La información es poder, y la misma no termina con este manual.

Te deseo muchísimos éxitos, lo cual implica que ganes dinero, que seas feliz, que te superes y aprendas cada vez más, y sobre todo, sobre todo, sobre todo, que disfrutes en el camino. Como siempre digo, la vida es una aventura maravillosa y si no la disfrutas, no estás haciendo nada.

PRIMERA PARTE

NOCIONES GENERALES

I.- DOS HISTORIAS

Permíteme comenzar este manual contándote dos historias.

La primera se llama *Flatland, el país del plano*, y es un cuento popular de la época victoriana. Dice así:

Existía un país cuyos habitantes eran exclusivamente formas geométricas que vivían en un mundo bidimensional. En un momento determinado, uno de sus ciudadanos, un cuadrado, tiene un extraño sueño en el que visita un reino unidimensional: el país de la línea. En él sus habitantes solo pueden moverse de un punto a otro. El cuadrado intenta explicarles quién es él y les explica que puede moverse no solo en una dirección, sino en dos: de lado a lado. Los habitantes de este país, extrañados y confusos, intentan incluso atacarle, pero el cuadrado se despierta en ese instante.

Al día siguiente, ya en su vida normal, el cuadrado intenta ayudar en los estudios a su nieto, un pequeño hexágono. El nieto, inteligente para su edad, sugiere que quizá exista otro mundo, otra dimensión, concretamente la tercera, en la que además del movimiento de izquierda a derecha, como ellos conocían, existiera el de arriba y abajo. El abuelo le dice que no diga tonterías y que estudie, pero aquella noche tiene un extraño sueño: un extraño encuentro con un habitante del país del espacio, el reino de las tres dimensiones.

El visitante es una esfera, una especie de círculo que parece cambiar de tamaño e incluso desaparecer, no porque lo haga realmente sino por la sensación que ofrece al acercarse y alejarse. El abuelo, que era un cuadrado, le dice que no entiende nada, y la esfera intenta explicárselo con argumentos sólidos, pero como las palabras no bastaban decide introducir al abuelo en una experiencia de profundidad.

Ante ella, el abuelo sufre un tremendo shock por ser algo totalmente desconocido para él. Después contaría que se mareaba, que no veía bien, que el espacio y las líneas existían y no existían al mismo tiempo... Pensaba

incluso que era la locura o el infierno, pero la esfera le decía que tan solo era conocimiento: el de las 3 dimensiones, el mundo de la tercera dimensión.

A partir de ese momento, el cuadrado se convierte en un apóstol de la tercera dimensión e intenta explicar a sus ciudadanos que el espacio existe. A causa de su insistencia, acaban encarcelándolo en beneficio de la población. Cada año, el sumo sacerdote, un círculo que asume el papel de jefe, comprueba si sigue en las mismas o ha vuelto a sus cabales, pero el cuadrado insiste en que la tercera dimensión existe. Es algo que no puede olvidar, pero que paradójicamente tampoco puede explicar.

La segunda historia de momento carece de nombre. Tiene lugar en los inicios del siglo XXI, en un mundo llamado civilizado, también occidental.

Dice así:

Existía una vez un mundo cuyos ciudadanos habían alcanzado considerables cotas de bienestar y desarrollo. La naturaleza era abundante, existían bienes a disposición de todos, la población tenía empleo, tiempo libre, disfrutaba de sus ingresos, tenía conocimiento, podía adquirir más si se lo proponía...

En esta sociedad la tecnología ocupaba un papel importante y liberaba a las personas en gran medida de sus tareas. Además hacía más fácil el trabajo y permitía que todo el planeta fuera un enorme pañuelo donde muchos se conocían sin haberse visto.

A pesar de eso, una parte importante de los dirigentes inició una campaña destinada a informar a la población de que todo ese bienestar era ficticio y podía desaparecer en cualquier momento. Para evitarlo, instaban a los ciudadanos a sacrificarse, esforzarse y hacer todo lo posible para que ese mundo ideal no desapareciera.

Les decían que nada era fácil, que todo llevaba su trabajo, el cual era cada vez mayor. Les instaban a competir con sus semejantes para conseguir más resultados en menos tiempo y a un precio menor. Les conminaban a acudir a lugares llamados universidades, en los que a cambio de una serie de años de vida te entregaban el conocimiento necesario para ser empleado en grandes corporaciones. Estas, aducían, nunca fracasarían y se ocuparían de tu bienestar para que pudieras alimentarte, comprar la ropa necesaria, pagar la vivienda, abonar los impuestos a los dirigentes, e incluso percibir una pensión de jubilación cuando ya no pudieras trabajar.

Algunos ciudadanos, no obstante, comenzaron a rebelarse porque no comprendían una serie de cosas. Ignoraban porque tenían que asumir esfuerzos mayores que nunca, ignoraban qué era eso de competir... Además, constataban que después del periodo en los lugares llamados universidades, no solo no eran contratados por grandes corporaciones sino ni siquiera por ninguna. Y en el caso de que lo fueran, en ocasiones el salario nos les llegaba para permitirse lo que deseaban. Estos ciudadanos

todavía se indignaban más cuando los dirigentes aducían que, para evitar eso, había que esforzarse más, sacrificarse más y seguir ampliando estudios en los lugares llamados universidades.

Dentro de esos ciudadanos, algunos fueron más allá y comenzaron a constatar que había una manera más sencilla de hacer las cosas. No solo eso, sino que nada había en peligro: existían recursos, existían miles de millones de personas con las que interactuar para llegar a acuerdos, existía la posibilidad de continuar generando ingresos y beneficios, y además de la forma más simple que se hubiera imaginado nunca.

Aducían estos ciudadanos que la tecnología y el mundo digital permitían trabajar desde casa, en cualquier horario y hasta en pijama. Que el conocimiento estaba disponible por doquier y era más interesante y más inmediato que el que ofrecían en los lugares llamados universidades. Que había dinero disponible para todo el mundo y al alcance de cualquiera: tan solo había que proponerse alcanzarlo y realizar los pasos necesarios.

Algunos de estos ciudadanos, los más radicales, argüían que podía hacerse todo de forma pasiva, automatizada, y que incluso era posible trabajar una vez y cobrar muchas. Llamaron a esto ingresos pasivos y levantaron la cólera de dirigentes y sectores de la población que les acusaban de engañar al resto con falsas promesas, bellas ideas y eslóganes publicitarios.

Los defensores de esta corriente, no obstante, hablaban de sus ganancias e incluso exhibían cifras para general conocimiento. Pero la mayoría de los mortales, temerosos de que el mundo se viniera abajo ante tales prácticas, insistían en que había que volver a lo conocido: a estudiar grados y postgrados en los lugares llamados universidades, enviar *currículums*, pagar impuestos y obedecer a los dirigentes. A fin de cuentas, ¿alguna vez ellos les habían engañado?

II.- ¿QUÉ SON LOS INGRESOS PASIVOS?

Espero que te hayan gustado las historias.

Antes de entrar de lleno en los 100 ingresos pasivos que vamos a catalogar en este manual, me gustaría que nos detuviéramos en las nociones básicas.

Ingresos pasivos son aquellos que tienen lugar de forma constante y automatizada en virtud de un trabajo realizado una sola vez. Quiere ello decir que, a raíz de una acción inicial, percibimos un beneficio económico muchas veces y además lo hacemos sin trabajo alguno, en forma automatizada o casi, de ahí el nombre de *pasivos*.

La acción inicial puede ser de distintos tipos. Básicamente dos:

→ Un trabajo, físico o digital, que da lugar a algo: un bien o un producto.
→ Una inversión económica, que da lugar a beneficios a partir del momento en que se realiza.

Las idea centrales, por tanto, son:

→ Que el trabajo, la acción o la inversión que realicemos al inicio sea LA ÚNICA que haya que realizar.
→ Que a partir de ese momento se produzcan beneficios.
→ Que los mismos sean constantes, recurrentes y prolongados en el tiempo, incluso virtualmente infinitos.
→ Y que se produzcan en modo automático o casi, es decir que no requieran de más esfuerzos por nuestra parte.

Dicho lo cual, podemos ya distinguir los ingresos pasivos de todo un abanico de otras formas de obtención de ganancias que nada tienen que ver con ellos.

- La principal, los ingresos derivados del trabajo por cuenta ajena: trabajo consistente en la entrega de una determinada cantidad de tiempo a cambio de una determinada cantidad de dinero. Te comprometes a hacer una serie de cosas, durante un tiempo X, y a cambio recibes un salario, nómina o jornal.

- Igualmente, los ingresos derivados de los negocios físicos, tradicionales, por cuenta propia. Cuando una persona decide poner en marcha una industria o establecimiento que requiere de su

presencia física, aunque sea el dueño del negocio, el ingreso que percibe no es pasivo ya que exige un trabajo continuo. Si no se realiza, el establecimiento deja de funcionar y deja de producir ingresos.

- Por otro lado, los ingresos derivados de las profesiones liberales. Consultores, asesores, abogados, ingenieros, médicos, psicólogos... realizan sus trabajos en función de tiempo (X dinero la hora) o en función de encargo (X dinero por trabajo). En ambos casos, el ingreso necesita de una entrega de tiempo que le priva del carácter de pasivo. Si no dispones de tiempo, no realizas la tarea y no hay ingreso.

Junto a estos ingresos NO pasivos existen otros cuya naturaleza podría ser más discutible, pero que igualmente no lo son o no tienen por qué serlo. Nos referimos a:

- Ingresos por Internet. Existe la creencia generalizada de que todo ingreso que se produzca por la red adquiere automáticamente el carácter de pasivo, y ello por el mero hecho de no tener un origen físico, sino digital. Esto no es así. La cualidad de pasiva o no de un ingreso la confiere la automatización en el cobro y no el tipo de trabajo inicial que haya que realizar, sea éste físico o digital.

- Ingresos apalancados. El apalancamiento consiste en la utilización de mecanismos que permiten, al modo de una palanca, multiplicar los efectos de lo que hagamos, es decir conseguir más resultados, más beneficios, más ingresos. Ingresos apalancados son, por tanto, aquellos que se valen de sistemas que los incrementan en gran medida: equipos de ventas, redes sociales, instrumentos financieros... En este caso, al igual que en el anterior, no hay que confundir la facilidad para multiplicar los ingresos con la automatización. Si a pasear de ser fácil, o más fácil, no es automático, no es pasivo.

- Ingresos escalables. Son aquellos que pueden crecer sin límite, y que además no necesitan de una mayor inversión o coste para hacerlo. Este hecho, sin duda beneficioso para nuestro bolsillo, no le confiere sin más el carácter de pasivo. Debe serlo, como ya hemos dicho, con arreglo a los criterios anteriores.

III.- CLASES

Podemos clasificar los ingresos pasivos en función de varios criterios.

→ En función del acto inicial que les da lugar, podemos distinguir entre aquellos que consisten en la inversión de dinero o en la creación de activos: bienes, productos o servicios.

- Entre los primeros (inversión de dinero) tendríamos la compra de inmuebles para arrendamiento, la compra de acciones de bolsa para percibir dividendos, la participación como socio silencioso en empresas de otros, etc.

- Entre los segundos (creación de activos), tendríamos la creación de un servicio de lavanderías automáticas, la redacción de un libro, la invención de un material patentable...

→ En función de los resultados económicos esperados o previsibles, podemos distinguir entre

- Ingresos pasivos con los que puedes ganarte perfectamente la vida sin necesidad de ingresos de otro tipo (ingresos derivados de la creación de equipos de ventas, de la puesta en marcha de negocios que lleven otras personas...), e

- Ingresos que suponen simplemente un discreto complemento a tu vida económica: intereses bancarios, de productos financieros..., pero con los que evidentemente no puedes subsistir sin más.

→ En función del capital necesario para crearlos. Este criterio es distinto del que hemos utilizado al inicio. Aquí hablamos de que el ingreso requiera un gasto (la inversión de dinero) o no. En este sentido, hablamos de

- Ingresos pasivos que no requieren de inversión alguna (básicamente los relacionados con el mundo digital e Internet), e

- Ingresos pasivos que sí requieren de inversión económica (el ejemplo anterior de las lavanderías, la puesta en marcha de un negocio de alquiler de bicicletas...).

→ En función de la naturaleza del ingreso pasivo o del sector de actividad en el que se desenvuelve. Es la clasificación que vamos a utilizar en el presente manual. En este sentido, agrupamos los ingresos pasivos en 5 categorías:

- Creación de bienes o prestación de servicios.
- Negocios y ventas.
- Mundo digital e Internet.
- Talento y conocimiento.
- Arrendamientos.
- Inversión de dinero.

IV.- ESTRATEGIA

Nunca me cansaré de decir que el mejor camino para llegar a un estado de libertad financiera es la elaboración de una estrategia de ingresos pasivos.

Ello, a su vez, implica la realización de una serie de acciones que nos lleven al fin deseado.

Una estrategia de ingresos pasivos supone tomar conciencia de las distintas posibilidades que se abren ante nosotros (los distintos tipos de ingresos que existen) y decidir con arreglo a una serie de criterios cuáles van a ser los elegidos y en qué orden. Posteriormente, por supuesto, actuar. Sin acción no llegamos a ninguna parte.

Los criterios en virtud de los cuales decidimos los ingresos que vamos a generar pueden ser de distinto tipo.

Unos vendrán determinados por la lógica de las circunstancias. Por ejemplo, si carecemos de recursos económicos, habremos de comenzar por generar ingresos que no requieran de inversión alguna y puedan producirse con los medios de que ya dispongamos (una mesa, un portátil, nuestro propio hogar, una conexión a Internet...).

En caso de que lo anterior (el dinero) no sea un problema, podremos decidir en función de nuestras predilecciones naturales o preferencias personales. En este sentido, y a modo de ejemplo, hay personas que prefieren simplemente poner su dinero a trabajar, es decir invertirlo en productos o mercados en los que puedan obtener beneficios económicos (bolsa, por ejemplo); otras prefieren las relaciones y comunicación entre personas (creación de equipos de ventas, de redes de franquicias, de equipos multinivel...); otras se inclinarán por la utilización de su talento y conocimiento para transmitirlo a los demás (creadores de infoproductos: libros, cursos, audios...), etc.

También es posible una combinación de los dos criterios anteriores: organizar nuestros recursos económicos y preferencias personales para crear una hoja de ruta.

Lo importante es que, enfoquemos nuestra estrategia como la enfoquemos, al final podamos disponer de flujos constantes de efectivo provenientes de diversas fuentes, para que, caso de presentar problema alguna de ellas, sigamos disponiendo de otras. Por ello, la diversificación es importante, aunque haya gente que defienda lo contrario (sin que necesariamente lo practique luego).

¿Preparad@? ¡Empezamos!

SEGUNDA PARTE

100 INGRESOS PASIVOS

I.- CREACIÓN DE BIENES O SERVICIOS

En esta categoría incluimos aquellos ingresos pasivos que provienen de activos que proporcionan a otras personas bienes o servicios. Es decir, creamos algo (una sola vez) que proporciona bienes a otras personas o les presta un servicio.

El requisito principal es que el activo en cuestión funcione en modo automático, con lo cual la entrega del bien o la prestación del servicio no deba requerir la presencia o intervención directa de ninguna persona.

Veamos.

1 Máquinas expendedoras de productos o *vending machine*

Este es uno de los negocios con más arraigo en casi cualquier país. Innumerables veces acudimos a centros comerciales, establecimientos hosteleros, lugares de estacionamiento... en los que ocupan un lugar determinado máquinas expendedoras de productos varios: bebidas, *snacks*, golosinas, *kleenex*, productos de higiene, juguetes para niños...

La entrega del bien (el producto) la realiza la máquina por sí sola: el cliente introduce la moneda y la máquina le entrega el pedido. El intercambio se produce sin intervención directa de nadie.

Tenemos varias posibilidades:

→ Adquirir nuestras máquinas y llegar a acuerdos con los dueños de los establecimientos para ponerlas a trabajar allí.

→ Ubicarlas en establecimientos propios que tengamos, como una modalidad de ingreso adicional (y recurrente). Por ejemplo, tenemos una cafetería o una tienda y colocamos la máquina.

→ Crear nosotros mismos locales específicos con la única finalidad de ocuparlos con este tipo de máquinas. Imaginemos una tienda 24 horas, por ejemplo, en la que solamente existan máquinas de *vending*. Es un negocio perfecto en el que quizá ni siquiera tengamos que abrir, ya que existen dispositivos telemáticos que nos permiten hacerlo a distancia.

Todo esto visto desde la perspectiva del titular de la máquina, pero también existe la otra posibilidad: que tengamos un establecimiento de cara al público y lleguemos a un acuerdo con el titular de la maquinaria para percibir un porcentaje de la recaudación. Este supuesto todavía es más pasivo que los anteriores, ya que nos limitamos a ceder el uso de una parte de nuestro establecimiento y por ese mero hecho percibimos un porcentaje X de un negocio que funciona sin que hagamos absolutamente nada (tener abierto el establecimiento y disponer de conexión eléctrica).

El sector de las máquinas de *vending* está amplísimamente desarrollado en lugares como Japón O EEUU, y menos en los países latinoamericanos, lo cual da cuenta de su potencial futuro.



2 Máquinas tragamonedas

Otro supuesto, también clásico entre los clásicos, es el de las máquinas tragamonedas, vulgarmente conocidas como *máquinas tragaperras*. Hay que decir que la legislación de los países en esta materia suele ser más estricta que respecto a las máquinas de *vending*, luego es preciso informarse previamente antes de hacer nada.

En esta modalidad de ingreso, al igual que en la anterior, tenemos una doble variante:

→ Ser los dueños de las máquinas, como activos que creamos para que nos reporten flujos de efectivo en los lugares que las coloquemos, o bien

→ Ser los dueños de los establecimientos (generalmente de hostelería), en los que lleguemos a acuerdos con los anteriores para colocar las máquinas. Ello implica la firma de un contrato y el establecimiento de porcentajes.

Hoy en día, además y favorablemente, hay más: el mundo digital abre la puerta a crear auténticos casinos *on line* en los que la adquisición de la máquina se sustituye por la creación del sitio web. Un ejemplo lo tienes aquí. Ya no necesitas espacio físico ni costosos equipos. ¿No te parece fantástico?

3 Máquinas fotocopiadoras con monedas

Existen lugares en los que suele ser necesario realizar copias de algún documento: bibliotecas, centros públicos oficiales, universidades... Al mismo tiempo no suele ser rentable la presencia permanente de una persona que realice las mismas. Solución: máquinas fotocopiadoras en régimen de autoservicio, accionadas con monedas. Insertas la moneda y haces la copia.

Además de copias, la máquina puede estar habilitada para imprimir o escanear. El funcionamiento es el mismo, ya que generalmente funcionan con un sistema de monederos anexos para insertar las monedas y un visor en el que aparece el coste del servicio.

Los modelos más recientes, no obstante, ya funcionan con todo integrado en el mismo dispositivo, sin necesidad de monederos separados.

4 Máquinas recreativas de juegos

En este apartado incluimos las máquinas recreativas de juegos al estilo tradicional: futbolines, billar, dardos, máquinas de disparo, pinball, mesas de aire...



El cliente introduce la moneda y juega. Una forma genial de rentabilizar el espacio en locales de hostelería y análogos, aunque también podemos, por supuesto, crear locales con esta única finalidad: la de tener máquinas de juegos para su uso. Tan solo necesitamos instalación

eléctrica. La máquina puede utilizarse incontables veces y no requiere de instalaciones adicionales. Una misma máquina produce sucesivos e incontables beneficios (pasividad), ya que puede ser utilizada por multitud de personas.

5 Máquinas de video juegos

La variante de la anterior: la era digital nos trae las máquinas de videojuegos y consolas. En locales específicos o en ciber cafés pueden rentabilizarse este tipo de dispositivos que, igualmente, no requieren de presencia física salvo del jugador.

6 Atracciones para niños en centros comerciales

Si has ido a algún centro comercial habrás visto las típicas atracciones para niños que funcionan con monedas: caballitos, coches, etc.

Al igual que otros tipos de máquinas, constituyen un ingreso pasivo en un doble sentido:

- → Para el dueño de las máquinas, que puede rentabilizarlas colocándolas en distintos establecimientos, sin necesidad de estar presente físicamente para prestar el servicio.
- → Para el titular del local, que rentabiliza el espacio obteniendo un ingreso adicional por la cesión de una parte del mismo. Esto supone concertar un acuerdo con el dueño de las atracciones, aunque por supuesto también existe la opción de adquirir las propias máquinas e instalarlas.

7 Atracciones o servicios para adultos en centros comerciales

De igual forma que para niños, también existen utilidades para adultos que funcionan en modo automático con inserción de moneda, y que suelen instalarse en lugares de gran afluencia de público: centros comerciales, aeropuertos, hoteles, gimnasios, centros de belleza...



Podemos citar el caso de los sillones de relax (una monedita y a masajearte) o de las máquinas para hacerte fotografías (carnet de identidad, pasaporte...).

8 Lavanderías de ropa automática

Casi todos hemos visto de pequeños películas americanas en las que un aburrido señor esperaba sentado en una lavandería a que se lavara su ropa mientras hojeaba una revista.

Como muchas otras cosas, las lavanderías automáticas tuvieron sus inicios y auge en países como EEUU, y desde hace relativamente poco han comenzado a introducirse en España y otros lugares. Las expectativas son muy buenas a decir de los expertos: zonas turísticas y vacacionales, centros de las grandes ciudades, poblaciones rotatorias debido a la inestabilidad laboral... Los actuales hábitos sociales y laborales nos ofrecen nuevas posibilidades de negocio que, además, como vemos, pueden funcionar en automático.

En este apartado hablamos de lavadoras en régimen de autoservicio que funcionan con monedas pre pago o fichas, y en las que el usuario realiza las acciones necesarias para el lavado. Se instalan en locales que pueden permanecer abiertos los 7 días de la semana, y en los que se insertan lavadoras y secadoras en un espacio no necesariamente grande.

El modelo de negocio permite rentabilizarlo con otras posibilidades:

→ No pasivas: arreglos de ropa, planchado, tintorería...

→ Pasivas: máquinas de *vending*, servicio de wifi...

Además de constituirse en locales específicos con esta finalidad, pueden integrarse en otros tipos de negocios, como por ejemplo gasolineras. Un ejemplo es la empresa Lavomatic.



9 Lavanderías automáticas para coches

Más que lavanderías, hablamos de procesos o túneles de lavado para coches. Funcionan igualmente con monedas y en régimen de autoservicio.

Como en muchos supuestos anteriores, admiten dos posibilidades: la del dueño de la maquinaria que la instala en un lugar y percibe sus beneficios, o la del dueño de algún tipo de establecimiento en el que se instala el túnel de lavado como complemento a sus servicios (gasolineras, centros comerciales...).

10 Lavanderías para mascotas

Y además de lavar el coche o la ropa, también puedes lavar a tu mascota. Hay sistemas de lavado que funcionan sin necesidad de personal: introduces las monedas, extraes el champú, lavas a tu mascota y la secas. El dueño de la instalación ha percibido un ingreso con una maquinaria que puede utilizarse repetidas veces en modo automático.

Puede utilizarse en centros especializados: veterinarios o tiendas de animales, o bien en cualquier lugar de afluencia de público: las ya citadas gasolineras o centros comerciales.

II.- NEGOCIOS Y VENTAS

NEGOCIOS

11 Lanzamiento de una franquicia para un modelo de negocio

Tener un negocio propio está muy bien, pero no tiene porqué ser nada pasivo, a menos que lo gestionen otras personas.

Una estrategia para obtener esa pasividad consiste en desarrollar ideas de negocio fácilmente replicables por tener características muy definidas. Si hemos testado que un modelo concreto de explotación funciona, podemos exportarlo a otros lugares para que otras personas los desarrollen a cambio de unas condiciones económicas, que para nosotros sí resultan pasivas.

Una franquicia, por tanto, es una fórmula colaborativa entre personas o empresas, a través de la cual una (el franquiciador) concede a otra (el franquiciado) el derecho de explotar y desarrollar un negocio concreto en una zona determinada, con las mismas características que el original, a cambio de unas contraprestaciones económicas.

Dicho de otra forma: el titular del negocio ya asentado (con su marca, logotipo, sistema de producción, precios, *know how*...) concede a otro el

derecho de desarrollarlo en su zona geográfica a cambio de un precio. Esta zona geográfica puede estar definida con exclusividad o no.

Como regla general, para determinar si un negocio es franquiciable o no, debe reunir dos requisitos: haber demostrado su viabilidad (que funcione, que vaya bien, que produzca beneficios) y ser replicable (concepto muy importante cuando hablamos de ingresos pasivos). Esto último significa que haciendo lo mismo, con la misma marca, los mismos precios y el mismo sistema, en otro lugar, lo lógico es que se consigan los mismos resultados.

A cambio de franquiciar el negocio, el franquiciador consigue una cantidad económica o precio (tantos como franquicias se creen), que suele incluir:

- Canon de entrada (la cantidad -pasiva-) que se recibe por conceder la franquicia.

- Royalties (bajo dos posibilidades: un porcentaje de las ventas del franquiciado, o un sobre precio en los productos que se le suministran).

Los principales sitios web en los que puedes adquirir más información sobre franquicias son:

Mundofranquicia.com

Franquicia

Topfranquicias

Fraquicias.es

Franquiciasaldia



Franquicia inmobiliaria de la red *Alquilo tu casa*

12 Creación de un negocio susceptible de ser dirigido posteriormente por otra persona que pueda/deba rendir cuentas

En el apartado anterior hacíamos referencia al supuesto de la persona que crea un negocio que posteriormente es gestionado por otr@.

Esta es una modalidad de ingreso pasivo. Desarrollar tu propio negocio implica trabajo, dedicarte a él implica más trabajo, pero encargar o delegar su gestión supone pasividad.

El beneficio económico que puedes obtener reviste dos formas: una cantidad fija que pactes (mensual, por ejemplo) o un porcentaje de la facturación o los beneficios.

La formalización de la relación supone la elaboración de un contrato en el que queden plasmados todos los aspectos (cantidades, plazo, qué se puede o debe hacer en el negocio...).

13 Creación de un negocio multinivel

El multinivel es uno de los sistemas de negocio más difundidos y explotado, y a la vez más denostados. Curioso, ¿verdad?

Mi opinión es que las cosas son lo que son, con independencia de cómo se les llame, y que lo que importa es el fondo de la cuestión, lo que se pacte y el cumplimiento de lo pactado. Y el fondo de la cuestión aquí es la creación de una red de ventas o distribución.

¿Qué es el marketing multinivel? Un sistema de negocio en el cual un producto es distribuido por distintas personas ubicadas en distintos niveles, según el momento de incorporación a la empresa (o a la red). La pasividad consiste en que puedes obtener un beneficio económico por la venta realizada por otra u otras personas (comisión).

Si tienes por tanto un negocio que consiste en la venta de un producto, puedes comenzar a crear tu propia red multinivel: personas que suministrarán el mismo, también a través de otras personas, que lo harán a través de otras...

Los requisitos por tu parte, como creador o iniciador, serían:

→ Contar con un producto (también servicio) que se ofrezca a los consumidores y sea de calidad.

→ Determinar el sistema de remuneración u obtención de beneficios, lo que se conoce como *plan de compensación*, el sistema de obtención

de comisiones. Existen varios tipos; los principales: el escalonado, matricial o binario (no entro en explicaciones porque es un tanto complicado y tampoco de suma relevancia en este momento).

→ Establecer la totalidad de condiciones por escrito (contrato).

→ Formar a los integrantes de la red.

Pregunta que quizá te hagas: Pero, ¿esto no está prohibido, no es un sistema piramidal? Respuesta: no, no está prohibido, no es un sistema piramidal (o no tiene porqué serlo).

Por lógica: si tú tienes un producto y quieres venderlo a través de otras personas, las cuales también quieren venderlo a través de otras... y se pacta claramente el sistema de remuneración u obtención de beneficios, ¿qué problema hay? Llegar a acuerdos entre las personas es legal, siempre que no se mienta y exista una efectiva entrega de bienes o servicios. Puede además ser una estupenda forma de economía colaborativa, en la que todo el mundo que realice una función obtiene un beneficio, democratizándose de esta forma las ganancias que tradicionalmente han quedado reservadas a distribuidores o intermediarios muchas veces en posición de monopolio.

Sin posicionarme respecto a ninguno (repito, sin posicionarme respecto a ninguno) multiniveles conocidos son Amway, Herbalife o Avon, por poner algunos ejemplos.

VENTAS

#14 Creación de una cartera de clientes que compren un determinado producto

Vender una cosa a una persona, por regla general, implica un trabajo activo.

Vender varias cosas a la misma persona, por contra, puede suponer una ganancia pasiva.

Me explico:

Existen productos de consumo reiterado, que la persona solicita directamente sin necesidad de que se los vendas.

Ejemplo: un seguro (de hogar, de coche...). Una vez que has realizado la primera venta, es probable que esa persona repita y no tengas que realizar el trabajo inicial desarrollado.

Ello ocurre por un posible doble motivo:

Por un lado, el importe suele cargarse directamente en la cuenta bancaria, sin que el cliente lo perciba hasta el momento en que se realiza, y

Por otro, el propio cliente lo solicita ya que es lo que conoce, aquello a lo que se ha habituado, aquello que forma parte de su zona de confort, por lo que, en consecuencia, le cuesta salir de ella.

En este apartado, por tanto, hacemos referencia a la idea de crear la cartera de clientes (trabajo activo) para que, una vez creada, dichos clientes puedan consumir los mismos productos recurrentemente. Pero hay otro supuesto. Siguiente apartado.

15 Creación de una cartera de clientes que compren productos derivados

Una variante del anterior son los productos derivados.

Realizas una venta a alguien (trabajo activo), pero esa venta conlleva suministros o derivados necesarios para el producto, que van a ser solicitados o adquiridos sin la intervención directa del vendedor (ganancia pasiva).

Ejemplo: la tinta de las fotocopiadoras o impresoras. Una vez que vendes el producto principal (la impresora), lo normal es que continúen comprándote la tinta.

16 Creación de un equipo de ventas

En este supuesto vamos un paso más allá.

Además de tener nuestra propia cartera de clientes (que consumen), creamos un equipo de ventas y nos beneficiamos de un porcentaje o comisión de las que ellos realicen. Es una excelente forma de apalancamiento, ya que un mismo producto es distribuido por otras personas sin intervención directa tuya, salvo en lo referente a las ganancias.

Requisitos para que un equipo de ventas funcione y produzca beneficios (activos para ellos, pasivos para ti):

→ Tener algo que vender y que sea de calidad. Algo obvio para todo tipo de negocio, como entenderás. Que algo sea de calidad significa que resuelve satisfactoriamente un problema o una necesidad. Este es el primer requisito, por tanto: el marketing está genial, la estrategia también, pero si el producto falla no estamos haciendo nada.

→ Seleccionar el personal adecuado. La realidad nos dice que no todo el mundo sirve. Selecciona, por tanto, con cuidado.

→ Formar al personal. Habrá que decirles en qué consiste el producto, las funciones que tiene, cómo resolver las objeciones...

→ Establecer la forma de trabajo de los vendedores: horarios, cobros, informes, zonas de trabajo, material...

Una vez puesto en marcha el equipo, podrás beneficiarte de los beneficios derivados de las ventas que realicen.

17 Captación de nuevos miembros en un equipo de marketing multinivel

Anteriormente hemos visto que puedes crear una red multinivel para desarrollar tu negocio.

En este apartado nos referimos a que no tienes negocio, no tienes producto ni servicio, pero te integras en una red multinivel. Vas a realizar un trabajo activo para vender, pero también puedes reclutar a otras personas para que se integren en el negocio o en la red. Estas realizarán a su vez sus ventas y tú tendrás un porcentaje o ganancia en función del plan de compensación de la empresa.

Se trata por tanto de otra forma de apalancarte y obtener ingresos adicionales a los derivados de la mera prestación de tu trabajo o servicio.

18 Cobro por recomendación

El pago por recomendación es un clásico de toda la vida. Cuando tú recomiendas un servicio o producto a alguien, aunque no te dediques profesionalmente a ello, existe la posibilidad de que la empresa te abone un porcentaje de la venta.

Es más, existe la posibilidad de que recibas el porcentaje no solo de las compras realizadas por esa persona, sino de las realizadas por sus conocidos, amigos, referidos… Con esto la ganancia es múltiple y doblemente pasiva.

III.- MUNDO DIGITAL E INTERNET

Si hay que hablar de la meca de los ingresos pasivos hoy en día, sin duda tenemos que hablar de Internet.

Con un dispositivo del tipo que sea y una conexión wifi puedes crear múltiples fuentes de ingreso desde lugares diferentes. Además, sin sujeción a horarios ni normas, sin rendir cuentas a nadie y disfrutando y gozando de tus pasiones y hobbies. ¿Alguien habló de desempleo, de frustración, de desencanto?

Vamos allá.

19 Vídeos y publicidad

Creo que no hace falta explicar lo que es YouTube (☺). Puedes subir vídeos del tipo que sean y cobrar por la publicidad. Te abonarán cantidades mínimas, es cierto, pero ya hemos explicado que algunos ingresos pasivos te dan para vivir, otros te hacen millonario y otros simplemente constituyen un extra.

En YouTube puedes crear tu propio canal, subir los vídeos y editarlos de forma básica. Aficiones, viajes, habilidades especiales..., cualquier cosa que pueda interesar a alguien y tenga posibilidad de hacerse viral es una posible fuente de ingresos, aunque sea de escasa cuantía.

20 Vídeos e *influencers*

Ser *influencer* no es fácil, pero tampoco imposible.

Convertirte en una marca tiene la ventaja de que vales dinero, aunque suene esto un poco materialista. La realidad es esa: vales dinero porque lo que dices, lo que haces y lo que opinas tiene un valor que se traduce en ventas o transacciones comerciales, y por ellas puedes recibir un beneficio económico de las personas favorecidas.

Si observas a algunos de los más reconocidos *youtubers* recomiendan productos y servicios por los que las marcas comerciales les abonan una cantidad determinada. Es como los famosos que salen en tv haciendo anuncios, pero en pequeño (aunque lo de pequeño en algunos casos habría que revisarlo).

21 Fotografías

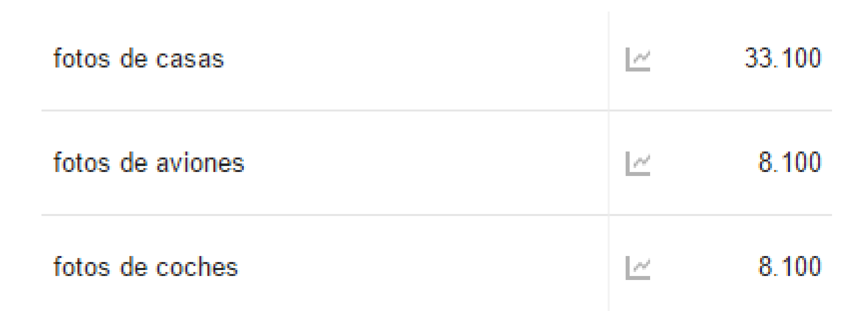
Si te gusta la fotografía, el ingreso consiste en subir las que realices a alguna plataforma de distribución en Internet y cobrar por derechos de autor cada vez que un usuario descarga la misma. Yo personalmente he utilizado muchas fotografías para mis proyectos web y editoriales y he pagado por las mismas.

Evidentemente, esto se puede compatibilizar con tu trabajo normal de fotógrafo. Puedes seguir teniendo tu estudio o trabajando para otros y al mismo tiempo subir tus creaciones a alguna plataforma.

¿Qué destino pueden darle los compradores a las fotografías? Múltiples: portadas de libros, posters, catálogos, *flyers*, páginas web...

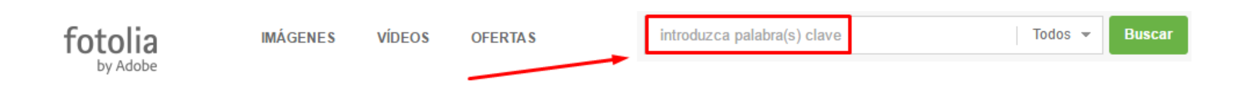
Para maximizar tus posibilidades de venta puedes seguir dos consejos:

→ Investigar cuáles son las temáticas más demandadas, lo cual puedes hacer con herramientas gratuitas como keyword planner de google.



fotos de casas	33.100
fotos de aviones	8.100
fotos de coches	8.100

→ Utilizar en los portales de venta una adecuada selección de palabras clave para que te encuentre la mayor cantidad posible de personas. Por ejemplo, si tu fotografía es de un bebé, no indiques solo *bebé*, sino también *niño, pequeño, ternura, bondad, pureza*... De esta forma te encontrarán no solo los que busquen bebés, sino también los que busquen fotografías que representen esas cualidades.



Dicho lo cual, aquí tienes las que creo que son las mejores plataformas para vender tus fotografías

Fotolia

Shutterstock

iStockphoto

22 Creación de sitios o páginas *web* para monetizarlas con publicidad

Un sitio web del tipo que sea (blog, web corporativa, directorio...) puede ser monetizado pasivamente con publicidad. Esto significa que insertas anuncios en el sitio y cobras en función del tipo de publicidad que sea.

Hay que especificar no obstante que los importes recibidos suelen ser pequeños (a menos que seas un profesional de la materia), con lo cual técnicamente es ingreso (y pasivo), pero no es probable que puedas hacerte rico con ello. Es por eso que muchas personas prefieren no insertar publicidad en sus sitios, para no *afearlos* o *marketizarlos*, si de todas formas los ingresos van a ser pequeños.

Para incrementar beneficios con este sistema y hacer que merezca la pena tenemos dos claves:

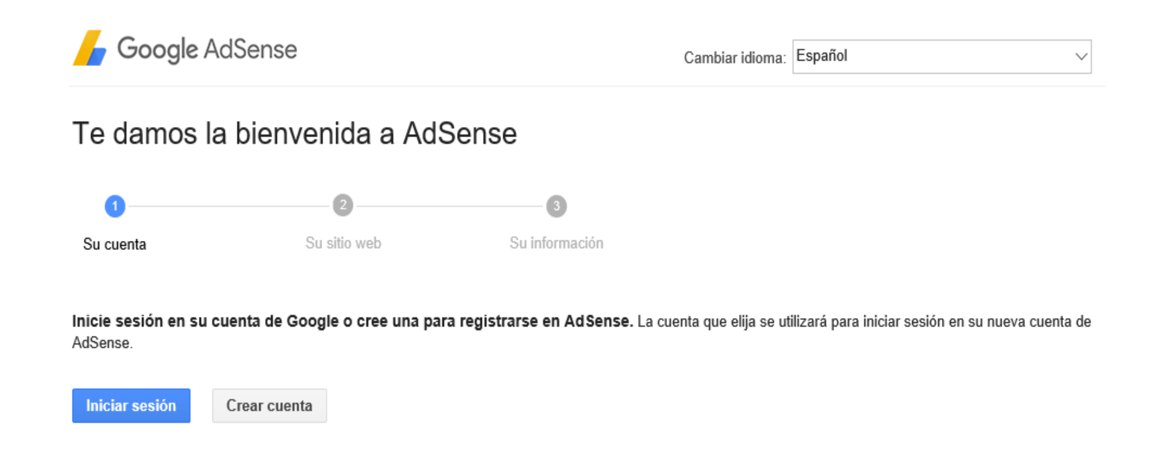
→ Intentar que la página sea lo más micro nicho posible: temas muy concretos y específicos, para atraer público muy interesado y que, por tanto, manifieste una predisposición mayor a la publicidad allí contenida.

→ Seleccionar la temática mejor remunerada por los publicistas (todas no lo son igual).

¿De qué maneras podemos monetizar nuestro sitio web con publicidad? Posibilidades:

- Pago por impresión. Cada vez que a un visitante de nuestro sitio se le muestra el anuncio en pantalla (lo visualiza), se nos abona una cantidad, con independencia de que esté interesado o no en el contenido y vaya al sitio del anunciante o no. Suele estar configurado para visitas numerosas (por ejemplo, una cantidad cada 1000 impresiones).

- Pago por click. Insertas el anuncio y cobras una cantidad cada vez que un visitante de tu sitio hace click en el anuncio. Compre o no compre, haga algo o no haga nada, tú cobras por el mero hecho de haber hecho click. Cantidades ínfimas, por regla general, pero cobras. Para que los ingresos sean significativos tenemos que conseguir muchísimas visitas a la página (quizá miles) y que el coste por click del nicho sea elevado. El ejemplo más conocido de este tipo de anuncios es *Google adsense*, el sistema de publicidad de Google. Para registrarte y comenzar, puedes hacerlo a través de este enlace.



- Pago por acción. Aquí el anunciante paga cuando el visitante hace algo más que click. Es decir, hace click y además solicita un presupuesto, se suscribe, utiliza una *demo*...

23 Creación de sitios o páginas web para insertar tiendas *on line*

La creación de un sitio o página web es un trabajo activo, eso hay que dejarlo claro.

La creación y mantenimiento de una tienda *on line* también es un trabajo activo.

Ahora bien, podemos configurar un supuesto en el que las ganancias sean pasivas. Si tienes un sitio web ya creado, bien posicionado a nivel de SEO, recibiendo tráfico periódico de los motores de búsquedas, e insertas en el mismo una tienda *on line* de productos digitales, que se vendan en automático sin necesidad de entrega física, el ingreso es pasivo.

Tienes un sitio que funciona solo con una tienda incorporada que produce ventas en piloto. Quizá no sea de lo más pasivo que hay, porque siempre hay que hacer algo, pero no por eso deja de serlo.

24 *Marketing* de afiliados Versión 1

Un sistema que sí puede darnos sustancialmente más beneficios es el marketing de afiliados o afiliación.

Consiste básicamente en que muestras, ofreces o indicas en tu sitio web productos de terceras personas que tengan relación con tu temática. Si

tienes un portal, por ejemplo, de coches, puedes recomendar revistas de automoción, concesionarios, catálogos de modelos, etc. Cada vez que alguien consume, a través tuyo, lo que ofreces, cobras una cantidad. Esta varía según lo acordado en cada caso. Para productos físicos suele ser menor que para productos digitales (en este caso hay comisiones de más del 50% en algunos casos).

Los productos que ofrezcas también pueden ser únicos (se consumen una sola vez: un libro, por ejemplo) o recurrentes (se consumen periódicamente: una suscripción, un abono...).

La configuración de este sistema exige que el enlace de afiliación (el que lleva al sitio del vendedor) lleve insertado un código que permita *rastrear* tu venta y saber que el origen de la misma es tu sitio web. Como a veces el usuario no compra al instante, sino X tiempo después (se lo piensa, valora, compara...), es normal también incorporar *cookies* para respetar la venta aunque tenga lugar ese X tiempo después.

El sistema es pasivo porque, una vez que existe tu sitio con contenidos variados, el banner o anuncio que lleve a la compra cumple su función simplemente estando ahí, ocupando un lugar. Evidentemente, si no hay prácticamente contenido, o no es de calidad, o no hay visitas, el sistema queda más bien en teoría, pero bien configurado el sitio puede funcionar perfectamente en automático.

Además de esta forma pasiva de obtener los ingresos, hay otras más activas que exigen un esfuerzo por tu parte. Ya no es pasivo, pero incrementas las posibilidades de venta. Por ejemplo, utilizar el e mail marketing con tu lista de suscriptores, escribir un artículo sobre el tema, una reseña, utilizar redes sociales (aunque sobre su efectividad real habría mucho debate), etc.

Para confeccionarte una cartera de productos en afiliación puedes hacer lo siguiente:

→ Contactar directamente con los dueños de los productos y preguntarles si utilizan este sistema. Si lo hacen, te indicarán condiciones: tanto por ciento, periodo de cookies, cosas que puedes o no puedes hacer, etc.

→ Acudir a *marketpalces* en los que hay infinidad de productos agrupados por categorías. Ejemplos de estos son Tradetracker, Zanox o Clickbank (para emprendedores del conocimiento y productos digitales principalmente).

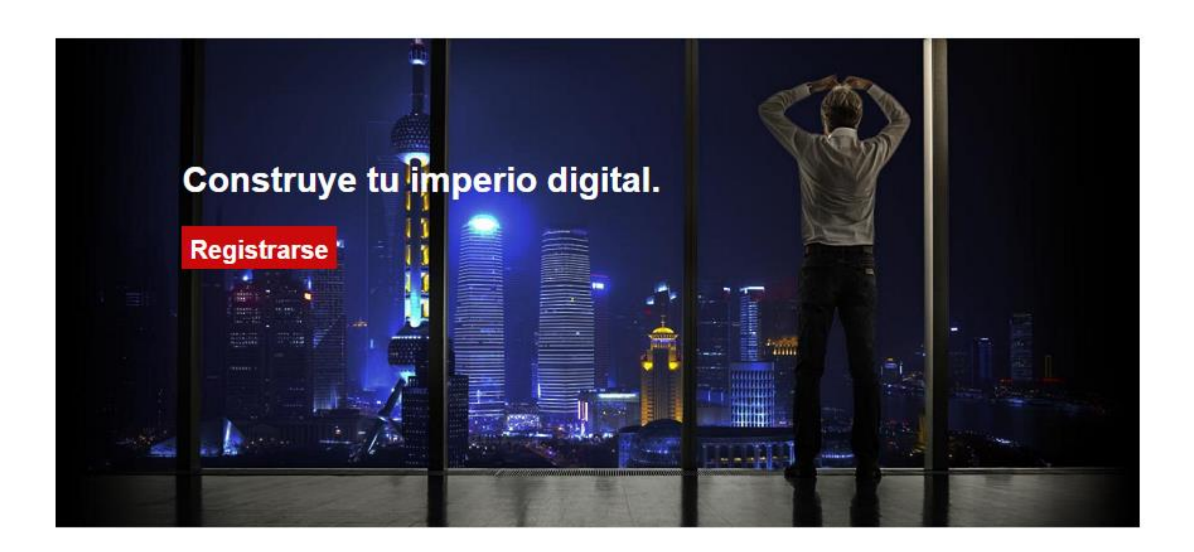












25 Marketing de afiliados Versión 2

En el apartado anterior hemos contemplado el marketing de afiliación desde la perspectiva del titular del sitio web que ofrece productos de otros. También podemos examinarlo desde el punto de vista del creador del producto, la otra cara de la moneda, lo cual es igualmente pasivo.

Si tú haces algo, creas algo, y lo vendes por ti mismo, obtienes los ingresos provenientes de tu trabajo (generalmente activo). Si lo vendes a través de otros (sea en sitios web o en el mundo físico), no realizas un trabajo adicional pero sí obtienes ingresos adicionales por las ventas. Deberás abonar los porcentajes correspondientes, evidentemente, pero percibes un ingreso extra por un trabajo no desarrollado por ti.

Yo he utilizado y utilizo tanto esta modalidad como la anterior. Si creo un producto digital puedo ofrecerlo a otras personas a través de otros profesionales, de la misma forma que puedo ofrecer a mis propios clientes productos de otros que creo pueden ser de su interés.

¿De qué maneras puedes configurar la afiliación de tus productos?

- La clásica: programando informáticamente los enlaces con sus códigos y montando todo el sistema (complicado).

- La intermedia: utilizando plugins específicos, por ejemplo *affiliatewp* para Wordpress. Lo instalas, sigues los pasos, compruebas que todo funcione y poco más.

- La super sencilla (la que yo uso): plataformas tipo Sendowl. En menos de 30 minutos puedes tener configurada tu cuenta, subir el producto, las indicaciones del mismo y activar el sistema de afiliados. Super intuitivo y fácil de manejar. Transacciones en tiempo real, con panel para comprobar tanto tú como los afiliados las ventas que se realizan. En la carpeta de extras de este infoproducto tienes una guía tutorial para hacerlo todo, bajo el número 1.



26 Podcasts

Los podcasts están teniendo un auge increíble en los últimos tiempos y se están revelando como un sistema genial para obtener ganancias de todo tipo (pasivas y activas).

Un podcast es un archivo de audio (entrevista, guía, manual...), que se aloja en un sitio web y es descargado por los usuarios para escucharlo. Funcionan también a modo de radios digitales.

Puedes crear, por tanto, un podcast con el contenido que quieras y monetizarlo. Las vías son varias:

→ Vender el podcast como tal. Aunque la mayoría son gratuitos, nada obsta a que pueda venderse como un producto en sí con un contenido de valor. También puede ofrecerse gratuita una parte (el inicio, por ejemplo) y venderse otra (*si quieres continuar escuchando*...).

→ Ofrecer tus propios productos o servicios. Si hablas de negocios y tienes un libro sobre emprendimiento, ¿qué mejor forma de darlo a conocer? El podcast lo grabas una vez (trabajo activo), pero se puede reproducir infinidad de veces, por lo que tienes un sistema que funciona en automático para vender tu libro.

→ Ofrecer los productos o servicios de otros. Sería el supuesto antes visto de afiliación.

→ Donaciones, patrocinios o sponsors. Una empresa que tenga que ver con la temática te abona una cantidad X por citarla (como si fuera la publicidad de la radio).

→ Beneficios económicos indirectos. No ganas directamente con el podcast, pero obtienes beneficios que posteriormente te pueden reportar ingresos (contactos, networking...)

Si quieres aprender todo lo relativo al podcasting de la mano de uno de los mayores especialistas en lengua hispana, te recomiendo el curso digital que ha confeccionado. Trucos, estrategias y sistemas para crear podcasts de la mayor calidad y monetizarlos muy, pero que muy bien.

27 Directorios *on line*

Un directorio *online* es un sitio o portal web que contiene una relación de enlaces a páginas de una temática determinada. Ejemplos: directorios de vehículos, de restaurantes, de profesionales de un determinado tipo, etc.

Suelen estar organizados en categorías y subcategorías y su ámbito geográfico puede ser general o específico (local, regional…).

El titular del directorio puede confeccionarlo de dos formas: bien realizando una tarea activa de búsqueda e inclusión de los enlaces, bien ofreciendo la posibilidad de que las propias empresas se incluyan por sí mismas haciendo todo el trabajo. Posteriormente, no obstante, suele existir un trabajo de comprobación y chequeo.

Hace un tiempo los directorios eran muy solicitados por lo que suponían de obtención de enlaces. Hoy en día su importancia ha disminuido e incluso a veces los buscadores los catalogan de *spam* y penalizan su inclusión en ellos. Hay que llevar un extremo cuidado en este sentido.

¿De qué manera se puede monetizar un directorio? Con la publicidad que hemos visto anteriormente y ofreciendo a los miembros la posibilidad de destacar su inclusión a cambio de un precio. Recibes de esta forma una cantidad X por mantener vivo un directorio que recibe visitas de personas interesadas.

28 Servicios de hosting modalidad 1

Hablamos de la creación y puesta en marcha de servidores web.

Puedes crear o comprar un servidor o una granja de ellos y rentabilizarlo dando acceso al panel de gestión a todos los que quieran alojar sus dominios y sitios web allí.

29 Servicios de hosting modalidad 2

Una opción distinta consiste en tener un servidor dedicado y revender servicios de hosting por cantidades recurrentes. Esto, evidentemente, es más sencillo que lo anterior, ya que te ahorras el coste de electricidad, la compra del equipo necesario, las licencias, etc.

Para utilizar esta opción puedes emplear software de gestión tipo Plesk o CPanel, y crear suscripciones por cada cliente.

30 Venta de *leads*

Un *lead* es un contacto de alguien que está potencialmente interesado en algo, generalmente en comprar algo. De esta forma, un *lead* es un contacto cualificado, un potencial cliente.

Para generarlos la estrategia principal consiste en crear una página de micro nicho (antes citadas), esto es un sitio muy específico con una temática muy determinada y concreta, que reciba tráfico de los interesados en la misma. Esos interesados son los potenciales *leads*.

¿Cómo hacerlo para que resulte rentable? Muy sencillo: tiene que ser una temática muy demandada, que suscite interés, y al mismo tiempo que no tenga competencia (sé que unir ambas cosas no es fácil, pero tampoco imposible). Si no tienes demanda, significa que no hay interés y nadie va a buscar la información de la que hablas. Si hay mucha demanda, pero también mucha competencia, *tocamos a menos*, con lo cual tampoco conseguimos mucho. Para valorar esto, vuelvo a recomendarte la herramienta de *keyword planner* antes citada.

Una vez obtenidos los contactos interesados en tu temática, puedes *casarlos* con las empresas que ofrezcan los productos o servicios relacionados con la misma. Esto, ni que decir tiene, hay que realizarlo con un máximo respeto a la legislación vigente, sobre todo en materia de protección de datos. No puedes ir vendiendo datos por ahí sin más, obtenidos sin consentimiento, ocultando información, etc. Es ilegal y nada ético. Pero sí puedes decirle a alguien que si está interesado en lo que hablas, deje sus datos y ya le contactarán. Y quien le contacta es la empresa que tiene el producto o servicio relacionado, la cual te abona a ti una cantidad previamente acordada.

31 Venta de enlaces web

Dicho así, tal cual, suena agresivo y Google te penaliza. Pero todo tiene su matiz.

Si tienes un blog con una serie de posts, puedes insertar en ellos enlaces que hagan referencias a otros sitios web, a otros posts (que a sus autores les interese posicionar) o a productos o servicios determinados.

Por ello puedes cobrar una cantidad única o recurrente. Es cierto que la venta de enlaces tal cual no está permitida, pero si mencionas a alguien y percibes una cantidad por ello, de forma natural e insertada en un contenido determinado, no hay problema en ello. Lo principal es la naturalidad y la relación con aquello de lo que estés hablando.

Puedes acordar esta modalidad de ingreso directamente con los interesados (incluso algunos puede que hayáis recibido ofertas de empresas para vuestros blogs) o realizarlo a través de sitios web especializados. Los más conocidos son:

Publisuites

Coobis

Seedingup

32 Venta de posts patrocinados

Este supuesto es una modalidad del anterior. En este caso no vendes un enlace, sino un post completo, que puedes redactar tú o recibir redactado por el interesado.

El post se inserta en tu blog o sitio web y percibes por él una cantidad única o recurrente. La pasiva es la última.

Evidentemente, son posts en los que se habla de la empresa y/o los productos/servicios que se patrocinan. Para utilizar esta modalidad, puedes acudir a los sitios web mencionados en el apartado anterior.

IV.- TALENTO Y CONOCIMIENTO

Esta categoría me encanta porque aúna crecimiento personal, profesional y económico. Dicho de otra forma: es una fantástica manera de desarrollarte a nivel interior, haciendo lo que te gusta y lo que mejor sabes hacer, al tiempo que desarrollas una profesión y obtienes ingresos con ella.

Esos ingresos pueden ser activos, evidentemente, como toda la vida, o pasivos, que es lo que aquí nos ocupa.

En este sentido creo que estamos ante una auténtica revolución. No de otra forma puede catalogarse el disfrutar con algo tan inherente a ti: lo que sabes y lo que sabes hacer, tan alejado de los esfuerzos y el sacrificio ligados al trabajo tradicional, y al mismo tiempo obtener ingresos con ello y además pasivamente, es decir sin tener que ir a trabajar a ningún sitio en

particular y de manera constante y reiterada por cosas que hayas hecho una sola vez. Para mí esto, si no es una revolución, se le parece bastante.

Ahora bien, ¿qué es el talento y el conocimiento?

El talento, según Álvaro López, especialista en talento y reinvención laboral, es *la capacidad de realizar una actividad con excelente maestría, manifestada como resultado del desarrollo de los dones y aptitudes de la persona, a través del gran interés o pasión que tiene sobre una materia o idea concreta.*

Una de las principales acciones que podrías llevar a cabo, si no la has hecho ya, es la de descubrir tu talento. De ello deriva que puedas desarrollar una vida profesional y laboral exitosa. Para algunas personas, sin embargo, es difícil precisar estas cuestiones o no saben por dónde empezar. No saben en qué son buenos, para qué sirven... Si este es tu caso, te recomiendo, sin más, lo mejor que conozco en la materia: el curso digital Descubre tu talento, del propio Álvaro López.



El conocimiento, por otra parte, es la información que tenemos almacenada en nuestro interior, esto es lo que sabemos. Y podemos saberlo por muy distintos motivos: porque lo hemos estudiado, porque lo hemos experimentado, porque hemos trabajado sobre ello...

Pues bien, con ese talento y ese conocimiento podemos obtener ganancias a través de un sin fin de medios. Si los conjugamos además con nuestra pasión, con lo que nos gusta, tendremos la auténtica fórmula del éxito, como puedes ver en mi libro del mismo nombre. Imagínate reuniendo lo que te gusta con el conocimiento que tienes sobre ello y lo que mejor sabes

hacer. ¿Qué obtienes? Una obra mágica, un producto que reúne todos los requisitos para triunfar.

Ese producto recibe en la era actual el nombre de *infoproducto*, cuando hace referencia al material informativo que se empaqueta de una determinada forma para transmitir conocimiento. El formato puede ser hablado, escrito, visual... De cualquier forma que transmitamos información, saber hacer, sabiduría, respuesta a problemas y análogos, estamos en presencia de un infoproducto. Con ellos podemos obtener muy, muy suculentas ganancias económicas, podemos triunfar.

Y como sé que lo que quieres es eso, triunfar, entramos en materia para que puedas hacerlo pronto.

MATERIAL ESCRITO

En este apartado incluimos los distintos tipos de ingresos pasivos que puedes obtener creando activos que utilizan el soporte escrito, esto es la palabra, bien plasmada en papel físico, bien en formato digital.

33 Libros en papel

Un libro en papel es un ingreso pasivo porque se escribe una vez y se vende muchas. Se puede imprimir todas las veces necesarias, creando las ediciones necesarias, sin por ello tener que realizar un trabajo distinto al de la impresión. La creación en sí se realiza una única vez.

Escribir libros ha sido siempre una actividad a la que se acudía con mucho respeto. Se pensaba que había que hacer una gran obra, ser muy bueno y fichar (ser fichado) por una editorial que te publicara. Hoy en día todo eso ha cambiado: tanto la forma de publicar como los contenidos.

En primer lugar, el poder recae en el autor y no en un tercero (editorial o agente). Nace la figura de la autopublicación y con ello los autores pueden auto publicarse y auto editarse sus propias obras, sin necesidad de consentimiento de terceros. Esto quiere decir que sí, que no necesitas buscar editorial, ni agente, ni esperar a que te descubran. Si tienes cosas que decir, puedes decirlas ya.

En segundo lugar, los contenidos también han variado, sobre todo en lo que se refiere a la elección de los mismos a la hora de asegurarnos el éxito en cuanto a libros de no ficción se refiere. Cuando no sabes lo que la gente quiere leer (aprender), te arriesgas a fallar, pero cuando lo sabes ¡todo cambia! Gracias a herramientas gratuitas como Kwfinder o keywordtool.io podemos saber lo que nuestra potencial audiencia está buscando y, a la vista de eso:

- Comprobar si coincide con lo que teníamos pensado o no.

- O decidir crearlo para ella (escribo sobre lo que quieres que escriba).

Las opciones que se abren para el autor *indie* que quiere publicar en papel son:

→ Editar un determinado número de ejemplares, abonarlos y proceder a su distribución y venta a través de los circuitos que considere oportunos (librerías físicas o digitales, presentaciones, blog personal…). Puedes utilizar para este sistema editoriales como Editorial Uno o Círculo rojo.

→ Editar los ejemplares necesarios según se vayan solicitando. Es lo que se conoce como impresión bajo demanda, un método novedoso, impensable hasta hace muy poco. En esta modalidad no imprimes libro alguno hasta que lo vendes: imprimes según se van vendiendo. Una persona compra un ejemplar, se le imprime y se le envía. Dos personas piden dos ejemplares, se imprimen y se envían dos. Se van imprimiendo conforme se van solicitando. Este trabajo puede ser realizado en cuestión de días.

  El sistema más conocido de impresión bajo demanda es Createspace, de Amazon. Yo no me complicaría la vida y acudiría directamente a él, caso de estar interesad@, pero si quieres más opciones tienes también Lulú y Bubok.

  Con la impresión bajo demanda no te equivocas, ya que no pierdes dinero. Mi consejo, si estás comenzando y quieres publicar en papel, es que optes por esta modalidad y no encargues tiradas de X ejemplares pensando en venderlos todos, porque puede no ser así. Además, caso de querer actualizar el contenido del libro, podrás hacerlo sin problema, eliminando el inconveniente de que ya los tienes impresos.

En mi curso digital *Crea infoproductos y genera ingresos pasivos* encontrarás todo lo que necesitas para auto publicar con éxito tus libros, tanto en formato papel como digital: normas sobre el proceso de creación, títulos, portadas, distribución, plataformas, herramientas de testeo… Créeme si te digo que nunca fue tan fácil tener tus libros en el mercado y ganar dinero con ellos.



34 E books

Junto a los libros en papel, la era digital nos trae los libros electrónicos o digitales: archivos que puedes leer desde tu computadora, Tablet, Smartphone…

Frente a los libros en papel, la ventaja para el lector es su menor precio, y para el autor la mayor facilidad de actualización y modificación.

La tendencia del libro electrónico es al alza, por lo que no puedo más que recomendarte que utilices esta modalidad de ingreso pasivo si tienes cosas que decir. No es preciso que el lector tenga un especial dispositivo de lectura, como los Kindle de Amazon o los Tagus, de Casa del libro. El libro electrónico puede leerse en cualquier dispositivo que permita lectura, como hemos comentado anteriormente (PCs, tablets, smartphones…).

¿Qué opciones de venta tiene un autor que publique en formato digital?

→ Crear su propio archivo, básicamente pdf o *e pub*… y venderlo en plataformas de Internet. Estas pueden ser:

- Propias, por ejemplo tu propio blog personal. Para utilizar esta vía, el sistema que recomiendo 100% es el que yo mismo uso: Sendowl, la plataforma que hemos citado anteriormente y que te permite alojar tus archivos, distribuirlos, realizar los cobros, establecer descuentos, promociones, acuerdos con afiliados… *Recuerda que en la carpeta de extras, con el número 1, tienes una guía de utilización y uso*.

- De terceros. En plan marketing de afiliación, por ejemplo. Alguien que trate la temática de tu *e book* le ofrece el mismo a sus lectores.

→ Subir el archivo en las modalidades requeridas a las diferentes librerías digitales. Hay infinidad de ellas, pero para hacértelo fácil yo acudiría exclusivamente a Amazon (kdp), y si quieres a Google Play y iBookstore.



Una modalidad sencilla, caso de querer publicar en varios sitios digitales sin necesidad de registro individualizado en cada uno de ellos, es acudir a un servicio de agregador de libros: plataformas en las que subes tu archivo una sola vez y se encargan de darle de alta en las diferentes librerías *online*. Los dos casos más conocidos son Bebookness y Smashwords. Abonas una cantidad, pero te ahorras trabajo.

En una ocasión publiqué un artículo titulado *10 razones que hacen del e book el ingreso pasivo perfecto*, y es algo en lo que me ratifico. Básicamente hablaba de que era un ingreso residual, escalable y apalancable, y que permitía múltiples posibilidades secundarias de obtención de ingresos. Si además tienes en cuenta que no necesitas reunir unos requisitos mínimos en cuanto a extensión, la conclusión es obvia: puedes escribir y publicar tu *e book* desde muy pocas páginas. Lo que importa es el contenido, no el “grosor”, así que no lo dudes: si tienes talento y conocimiento, a escribir *e books*.

Y finalmente un truco: para conocer lo que está funcionando y tiene potencial en el mayor mercado de libros digitales del mundo, Amazon, utiliza esta herramienta. Yo la uso. *(Si decides entrar, lleva cuidado porque suelen tener un vídeo operativo en automático y puede asustarte)*

35 *E books* enriquecidos

Un *e book* no tiene porqué ser solo un archivo digital con texto. Puedes crear modalidades *sui generis* en las que incorpores vídeos, audios, infografías, animaciones o cualquier otro recurso multimedia. Imagina las implicaciones que tiene esto en cuanto a experiencia lectora y especialmente en lo que concierne a determinadas temáticas. Se me ocurren libros sobre deporte, nutrición, viajes… Una experiencia, sin duda, única y enriquecedora.

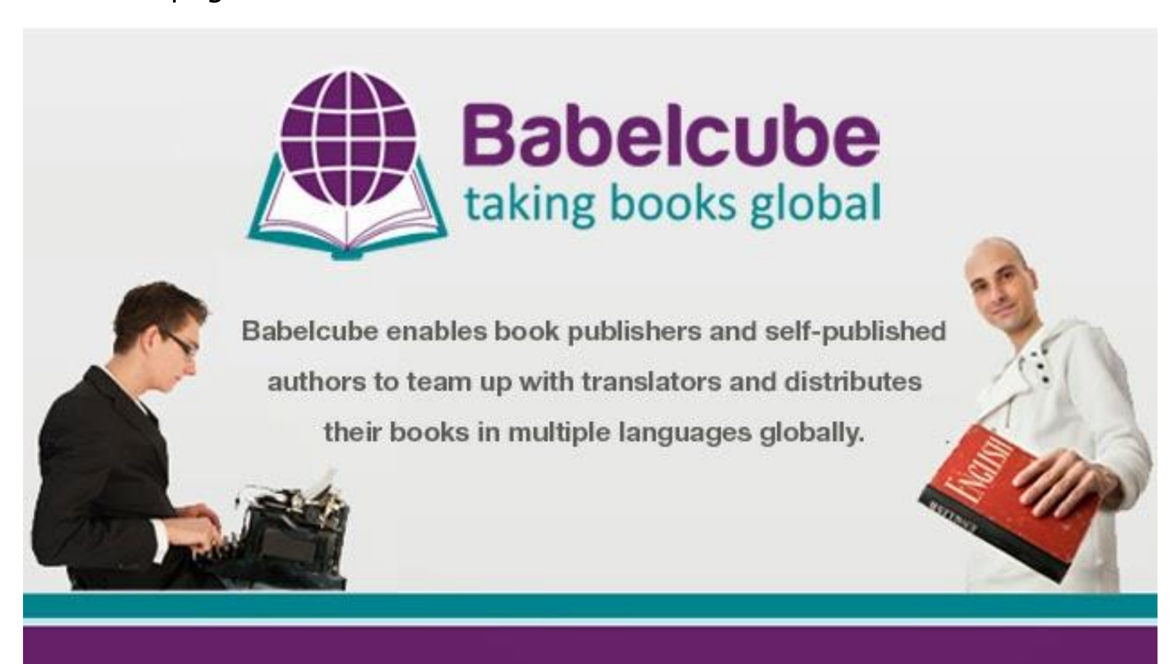
Para crear *e books* enriquecidos, una solución es utilizar tú mismo el formato epub3, que es el más adecuado, o bien acudir a empresas especializadas como Enhancing e books. Crean aplicaciones para tablets y móviles con las que se puede disfrutar de esta modalidad de libros.

36 *E books* traducidos a otros idiomas

Cuando escribes un *e book* en tu idioma, las posibilidades no terminan ahí. Fuera de tu lengua, puede haber público interesado.

No necesitas esperar a que una editorial extranjera te descubra, y ni siquiera necesitas abonar los servicios de un traductor y lanzarte a esta

aventura. Es todo mucho más fácil. La solución se llama Babelcube y no necesitas pagar nada.



Babelcube es una plataforma que pone en contacto a autores y traductores. Los primeros ofrecen sus libros a los segundos y, si estos aceptan, se reparten las ganancias.

La plataforma permite traducciones a más de 10 idiomas. Tu único trabajo consiste en subir los datos del libro e indicar los motivos por los que sería atractivo traducir el mismo.

Según el número de unidades vendidas, se reparten los royalties entre autor y traductor. Para ello, la plataforma sube los libros traducidos a más de 300 librerías *on line*, entre las que se encuentran Amazon, Google Play, Kobo o Nook.

Cuando escribo esto, mi libro *Libertad financiera en dos pasos* está siendo traducido al inglés por esta vía y estamos en conversaciones para traducirlo también al portugués. ¿Qué hay más pasivo que escribir un *e book*, el ingreso pasivo perfecto, y venderlo automáticamente en otros idiomas y en múltiples sitios, gracias a una traducción que ni has hecho tú ni has pagado?

¿Todavía te lo estás pensando?

37 Escribir y ofrecer en versión digital guías, métodos o tutoriales

Las modalidades que hemos visto anteriormente trataban de libros, tanto en papel como en formato electrónico. Libros que podían ser de ficción (novela, poesía, teatro…) o no ficción (autoayuda, salud…).

Otro formato de contenido que utiliza la palabra escrita, con la finalidad de enseñar a hacer algo, es el de las guías, métodos o tutoriales.

Puedes crear en formato escrito un material ordenado, con el que los usuarios puedan aprender una habilidad, un sistema o un método para hacer algo. Dicho formato lo puedes comercializar en forma pasiva en múltiples sitios web: tu blog o sitios de terceros.

Para distribuir este tipo de material, también puedes utilizar Sendowl.

38 Reportes, estudios o informes

Una modalidad distinta de los *e books* y las guías o tutoriales es la de los reportes, estudios o informes.

En este caso elaboramos un cuerpo de información sobre un determinado tema, y en él ofrecemos hechos o datos con sus conclusiones pertinentes.

Por si no queda claro, veamos la diferencia entre una guía o tutorial y un informe.

- En una guía tú enseñas a hacer algo, muestras el camino para conseguir un determinado resultado.

- En un informe lo que haces es exponer el estado de una determinada cuestión, informar de cómo está un asunto determinado (informe sobre el estado de la economía en el 4º trimestre, sobre la enseñanza en EEUU, sobre las perspectivas del empleo…).

Un informe sobre una cuestión determinada, por tanto, es un tema de micro nicho que se puede comercializar no solo como infoproducto en sí, sino de las otras formas que hemos visto en los apartados anteriores:

- Captación y venta de *leads*.

- Producto de afiliación en páginas determinadas del nicho.

39 Cursos en pdf

Los cursos digitales también están al alza en los últimos tiempos y son una tendencia que ha venido para quedarse. Aunque muchos optan por el vídeo (y de hecho se dice que es el futuro), ningún problema hay en crearlos en pdf.

Pasos a seguir:

- → Estableces la temática, después de haber comprobado el interés que existe sobre la misma (consejo que nunca puedes olvidar: testar antes de hacer; no pierdas el tiempo haciendo cosas que no sabes si la gente quiere, por mucha ilusión que te haga -¡y sé de lo que hablo!-).
- → Determinas lo que quieres enseñar exactamente: qué problema vas a resolver y cuál es la solución que vas aportar.
- → Lo estructuras y ordenas de forma lógica, ordenada y comprensible.
- → Asignas un módulo a cada núcleo de información.
- → Y lo complementas con fotografías, capturas de pantalla o imágenes.

Ya tienes un material vendible en modo automático a través de tu propio sitio o en sitios de terceros.

En la carpeta de materiales extra, con el número 2, tienes una guía en pdf con los pasos para crear un curso digital, cortesía de José Miguel García, de josemiguelgarcia.net. Te servirá tanto para tus cursos en pdf como en vídeo.

40 Newsletters de pago

Una *newsletter* es un boletín de noticias que se envía cada cierto tiempo en formato papel o por correo electrónico. Actualmente pueden estar disponibles también en formato aplicación.

Confeccionarla es evidente que lleva un trabajo que no es nada pasivo, pero una vez que está hecha puede enviarse a una persona o a cien. En esa escalabilidad radica su carácter pasivo, en la posibilidad de obtener ilimitados beneficios con un trabajo realizado una vez.

La mayoría de *newsletters* son gratuitas, pero acorde a los sectores y al grado de beneficio o utilidad que aportes, nada obsta a que sean de pago, funcionando bajo el modelo de suscripción. Yo de hecho no dudaría en abonarme a un servicio que periódicamente me suministrara información que fuera de relevancia para mi trabajo.

Esta modalidad de suministro de información es importante en los sectores que están sujetos a grandes novedades (y en los que siempre hay que estar a la última) y que además no tienen equivalente en el pasado (sectores que se van creando sobre la marcha). Informar en ellos y sobre ellos se

presenta como una excelente oportunidad de negocio para los que estén muy versados en la materia.

La ventaja de la *newsletter* radica en que, además del cobro por el servicio en sí (a una infinidad de sujetos), puedes ofrecer productos o servicios relacionados con su contenido. De esta forma hay una modalidad de ganancia complementaria que puede ser incluso más lucrativa que la principal.

41 Herramientas (plantillas, modelos, kits...)

En este infoproducto que tienes en tus manos se incluye una carpeta con herramientas, modelos y plantillas. Es un tipo de información que se transmite de esa forma. Con ella los usuarios pueden acceder a ciertas funcionalidades que les permiten hacer cosas.

Te invito, por tanto, al siguiente ejercicio. Determina cuál es el sector de actividad en el que te mueves, aquel en el que trabajes normalmente o en el que tengas conocimientos. Averigua cuáles son las herramientas más utilizadas o demandadas. Averigua también cuáles son los modelos o plantillas de mayor uso. Y elabora un pack con todo ello.

Te doy algunas ideas:

- Si trabajas en el sector administrativo: presupuestos, facturas…
- Si trabajas en ventas: pedidos, cancelaciones, listados de proveedores…
- Si eres profesor: las materias típicas que enseñes.

AUDIOS

En este apartado incluimos los productos que son creados en forma hablada y grabada, esto es en audio.

Tienes dos alternativas:

- Grabar tu propio material con tu voz.
- Encargar a un profesional que grabe con la suya el material que tú le proporciones.

La principal herramienta usada por los creadores independientes para grabar es Audacity.



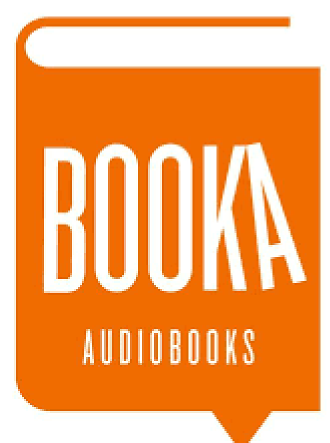
42 Audio libros

Un audio libro es un libro hablado, narrado. Una voz *lee* el libro mientras tú realizas otras cosas: conduces, cocinas o pedaleas en el gimnasio. Las utilidades, además, para personas invidentes o con otro tipo de limitaciones, son evidentes. La descarga del archivo se puede hacer en diferentes formatos (el más usual, el MP3).

Aunque no constituyen una tendencia muy consolidada todavía en el mercado hispano, el potencial es ascendente a raíz de lo observado en países de lengua anglosajona.

Las principales plataformas de venta de audio libros son Audible (perteneciente a Amazon) y Audioteka.

Puedes grabar el audio libro con tu propia voz o llegar a acuerdos con profesionales en la materia, bien abonando sus servicios, bien estableciendo porcentaje de royalties. Una buena plataforma la tienes en Acx.



La mejor editorial de audio libros que conozco es Booka. Ten en cuenta que una cosa es la editorial que los produce, que los realiza (como si de una editorial en papel se tratara), y otra cosa distinta es la plataforma donde se vende.

43 Audio cursos

De la misma forma que el audio puede ser de un libro, también puede ser de un curso. Se graba en voz el contenido del mismo con sus correspondientes módulos y secciones, se empaqueta y se vende.

La venta se realiza en automático, como todos los infoproductos que estamos viendo. Recuerda el pdf de José Miguel García para plataformas de alojamiento y demás cuestiones (*documento 2 carpeta de extras*).

44 Guías, informes o tutoriales en audio

El análogo a las guías, informes o tutoriales en pdf, pero en audio.

VIDEOS

En este apartado hacemos referencia a productos que creamos grabándonos en vídeo. Aparecemos con nuestra imagen hablando de una cosa u otra y transmitimos información de esta forma.

45 Webinars o seminarios on line

Un *webinar* es un seminario *on line* en el que te grabas hablando. Puede revestir diversas modalidades:

- Una charla que des. Apareces ante la audiencia y hablas de un tema determinado. Al final, pueden hacerte preguntas o no.

- Una entrevista que realices: entrevistas a una persona que aporte conocimientos sobre un asunto determinado.

- Una entrevista que te realicen. Al revés que la anterior. Si te gusta el formato entrevista más que el de charla, contactas con una persona que te formule a ti las preguntas.

Los *webinars* pueden monetizarse bien cobrando a cada asistente una entrada al evento el día que se emita, bien revendiéndolo después una vez realizado y grabado. Esta última modalidad es la eminentemente pasiva: un trabajo realizado una vez que se comercializa posteriormente a un público potencialmente infinito. Un mismo trabajo, muchas ventas. Vendemos lo mismo infinidad de veces.

El formato del *webinar* permite obtener ingresos adicionales mediante la fórmula de ofrecer en el mismo otros productos o servicios, sean tuyos o de otros (marketing de afiliación)

En la carpeta de *extras (3.- Herramientas de trabajo digital)* puedes encontrar los enlaces a las plataformas en las que realizar *webinars*.

46 Vídeo cursos con tu imagen explicando

Este supuesto es el de los cursos en los que aparecemos hablando a cámara y explicando la materia de que se trate.

Debes preparar previamente el material, organizarlo, sistematizarlo de una forma lógica y coherente y ensayar. Cuando lo hayas hecho varias veces, seguro que te sale de maravilla ☺. En cualquier caso lo único que tienes que tener en cuenta son dos premisas: decir cosas de valor y decirlas de modo que se te entienda. Fácil, ¿verdad?

En la carpeta de *Extras (3.- Herramientas de trabajo digital)* encontrarás:

- Las plataformas a las que puedes subir tus cursos en vídeo, para que ellos las venden por ti a cambio de un porcentaje.

- Las herramientas que necesitas para grabarte (micrófono, cámara…)

47 Vídeos para venta en establecimientos relacionados

Este supuesto es una modalidad del anterior. Aquí no hablamos de la creación de un curso, sino de la creación de uno o varios vídeos en los que muestres una serie de informaciones relacionadas con talentos o habilidades que tengas. Estos vídeos después se ofrecen para su venta en establecimientos determinados, que guarden relación con el tema.

Con ejemplos vamos a verlo mejor.

Imagina que eres un experto gastronómico. Tus vídeos sobre recetas pueden venderse en academias o centros de formación de hostelería. Esto no es un curso, son vídeos sobre recetas.

Imagina que eres un musculitos y estás super puesto en temas de fitness y análogos. Tus vídeos con tus tablas de ejercicios pueden ser usados en gimnasios y centros de salud para ilustrar a los asistentes.

En definitiva, cualquier talento o conocimiento que tengas puedes plasmarlo en series de vídeos que se vendan en establecimientos relacionados con la materia, y por un trabajo realizado una vez (el vídeo) recibes ingresos varios según el número de ventas.

IMÁGENES

Hablamos ahora de utilizar cualquier tipo de imágenes (fotografías, dibujos, gráficos...) para transmitir la información.

Encontramos:

48 Video tutoriales con imágenes/presentaciones/capturas de pantalla

Si no te gusta aparecer ante una cámara hablando, es muy sencillo: no lo hagas ☺.

Puedes hacer composiciones con imágenes y enlazarlas en una secuencia determinada, de forma que al final resulte un vídeo con contenido explicativo. Lo normal es que al tiempo que aparecen las imágenes tú vayas hablando y explicando lo que aparece en el vídeo.

En este supuesto no necesitas ponerte ropa limpia ni maquillarte ☺.

Las imágenes que puedes utilizar son de varios tipos:

- Fotografías.
- Fotografías con texto.
- Gráficos explicativos.
- Diapositivas de power point.
- Capturas de pantalla (la imagen que aparece en la pantalla de tu ordenador)

En la carpeta de E*xtras (3.- Herramientas de trabajo digital)* encontrarás todos los materiales necesarios para hacer video tutoriales con imágenes.

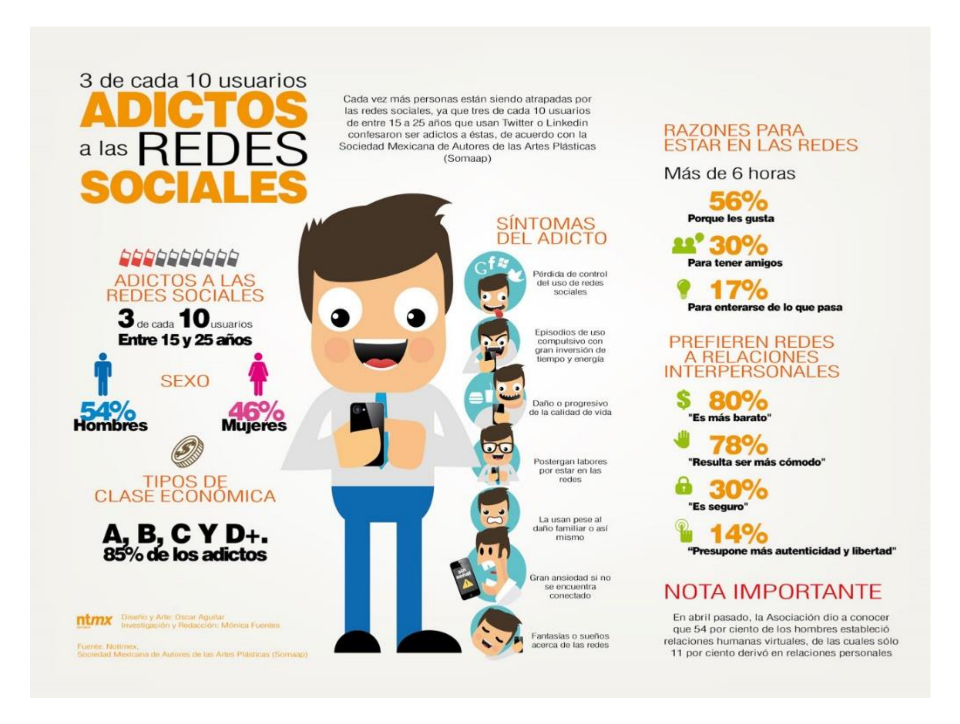
49 Infografías

Una infografía es una imagen que resulta de la conjunción de imágenes o dibujos en sí (o varios de ellos) y textos explicativos. De la fusión de ambos elementos (imagen y palabra) resulta una representación visual (una nueva imagen) enriquecida, que aporta valor y explicación sobre una materia determinada.

Además de la imagen o el dibujo, la infografía puede contener gráficos, tablas, diagramas de cartesianas, etc. El objetivo es la transmisión de una información o un conocimiento que puede revestir diversas formas:

- Estadísticas (datos)
- Líneas de tiempo (la evolución de algo en el tiempo)
- Procesos de producción de algo (maneras de hacer algo)

Existen muchas herramientas digitales para realizar infografías. Algunas de las más importantes son: Canva, Pixlr, Pick Monkey, Piktochart o Google chart tolos.



Ejemplo de infografía. © dgperiodismo

OTRAS VERSIONES DE INFOPRODUCTOS

Este es un apartado residual, a modo de cajón de sastre, en el que englobamos otros tipos de infoproductos no incardinables en ninguna de las categorías anteriores. Se trataría de infoproductos *sui generis*, una especie de *tertium genus*.

Hablamos de:

50 Combinación de varios infoproductos

Cuando tienes varios infoproductos, puedes crear uno nuevo, propio, *sui generis*, que sea un conjunto o *bundle* de varios de ellos.

Un ejemplo: el pack *Cambia tu vida*, en el que se ofrecen 4 infoproductos con ese denominador común (cambiar tu vida), pero enfocado en diferentes ámbitos: salud, finanzas, relaciones personales y espiritualidad, por ejemplo.

En definitiva, se trata de incluir varios infoproductos afines, relacionados con la misma temática o sector, para ofrecerlos en conjunto por un precio unitario. Es, en cualquier caso, una de las más clásicas técnicas de incremento de ventas.

51 Infoproductos en diversos soportes

En el apartado # 27 hablábamos de los *e books* enriquecidos. Este caso sería algo parecido, pero con más posibilidades, por ejemplo un infoproducto sobre un tema determinado presentado en varios formatos. Es el caso de un curso en vídeo que tengas, y en el que puedas incluir también las transcripciones en MP3 y PDF, con hojas de ejercicios, *check lists*, etc.



Ten en cuenta que, una vez elaborado el material, que es lo más complicado, la elaboración de extras o la transcripción en un formato u otro pueden delegarse. Recuerda la Ley de Pareto: 20/80. Enfócate en lo más importante y externaliza el resto.

El infoproducto que tienes en tus manos entraría dentro de esta modalidad.

52 Sitios de membresía

Un sitio de membresía es un club privado, una zona vip generalmente virtual, en la que se ofrece información exclusiva sobre una materia determinada a los miembros suscriptores, a cambio de una cuota periódica.

Imagina que estás interesado en marketing y ventas. Y encuentras una comunidad virtual en la que uno o varios expertos en la materia ofrecen información de todo tipo (y actualizada) sobre la misma. Encuentras tutoriales, *e books*, vídeos, cursos, anuncios, foros de preguntas y respuestas, últimas noticias, novedades… Wow, qué maravilla, verdad? Pues eso es un sitio de membresía.

Ahora bien, para entrar ahí (y gozar de sus excelencias) hay que abonar una cuota. El creador del sitio elabora y actualiza toda la información y la

ofrece a quien abone la cantidad periódica requerida. La pasividad de este negocio no radica en la elaboración de la información (que es un trabajo activo), sino en que la misma, una vez elaborada (una sola vez), con independencia de que se vaya actualizando y ampliando, puede estar disponible para 1, 100, 1000 o 1000000 de personas. El coste de elaboración es el mismo, pero el beneficio es escalable porque puede ofrecerse una y mil veces.

Un ejemplo de lo que hablamos lo tienes en el mejor sitio de membresía sobre la materia que conozco: El CLAN SUPER MARKETING by Raimon Samsó, que es una plataforma de auto formación en Marketing Online y Ventas.

Los fundadores del proyecto son Raimon Samsó y Carlos Moreno, que te ofrecen un espacio en el que encontrar no solo video cursos de Marketing online de alta calidad, sino además toda una serie de herramientas para transformar tu proyecto en un negocio amplificado y de éxito. ¿No te parece genial? Encontrarás foros para realizar networking, un podcast semanal, regalos directos, el espacio *El rincón del libro con Raimon Samsó*, la Zona 3.0 con Carlos Moreno y mucho más. Te invito a descubrirlo y a sorprenderte. Ah! Y permanece atento a mis comunicaciones, porque en el futuro estoy seguro que te hablaré más de este sitio.

53 Venta de cursos o talleres presenciales grabados

Cuando impartes un curso, taller o seminario presencial, es decir físico, estás realizando un trabajo activo, que genera un ingreso activo. Si lo haces, cobras (siempre que vaya alguien, claro); si no lo haces, no cobras.

Pero algo en lo que no todo el mundo piensa es en que ese evento puede ser grabado en vídeo o audio y comercializado después.

Imagínate con el mismo trabajo llegar a una infinidad potencial de personas, acceder a un público geográficamente lejano al lugar del evento, y escalar ventas a través de Internet o de tiendas físicas. Una estupenda idea, no crees?

Pues eso: si vas a hacer algo presencial, no pierdas la oportunidad de grabarlo y comercializarlo en todos los lugares que puedas.

54 Reventa de un infoproducto con derechos de reventa

Cuando creamos un infoproducto, por regla general pensamos en venderlo a dos tipos de público:

- El consumidor individual (los particulares o personas que lo compran), o

- Las instituciones interesadas en el mismo (una empresa para sus empleados, una escuela, un organismo, etc.).

Sin embargo hay otra posibilidad: venderlo a profesionales del sector para que ellos a su vez lo vendan a sus clientes (que pueden ser consumidores individuales o instituciones también).

Para eso hace falta que el producto se venda con derecho de reventa, esto es con derecho de volverlo a vender, de revenderlo infinitas veces. Yo te lo vendo a ti, no para tu consumo final, sino para que se lo vendas (revendas) a otros.

Esto tiene muy buena acogida porque hay profesionales a los que les cuesta crear, o que simplemente no disponen de tiempo para hacerlo. Si tú entregas al mismo un material (una guía, un tutorial, lo que sea…) que le puede interesar a su público ¿por qué no iban a comprártelo? Tienen un material para vender y obtienen beneficios con ello.

El producto puede revenderse tal cual o personalizado: cambiándole el título, la portada, el logo de la empresa, etc.

Posibles usos:

- Vender algo sobre tráfico *on line* a *bloggers*, para que lo vendan a *marketers*.

- Vender algo a una tienda *on line* para que lo regale a sus compradores.

- Vender una guía de herramientas a un negocio físico para que lo incorpore, como *upsell*, a la venta de sus productos.

55 Servicios productizados

Prestar servicios ya hemos dicho que no tiene nada de pasivo.

Ahora bien, hay servicios que por la frecuencia y carácter rutinario con que se prestan permiten su conversión en productos que pueden ser vendidos como tales en modo automático.

Ejemplo:

Imagina que eres un consultor o asesor y un determinado número de clientes siempre te pide el mismo tipo de cosas (y por lo tanto siempre respondes con el mismo tipo de soluciones).

Conoces lo que te piden, lo que te preguntan, la solución y el camino para implantarla.

Una buena idea podría ser crear un producto (un servicio productizado), en el que muestras al cliente el camino con la respuesta. Puede tener algo de DIY, algo de personalización (sirve solo para los clientes con ese problema) y a ti te permite venderlo a todo el elenco de personas que lo necesiten. Evitas prestar servicios presenciales (tiempo por dinero) y escalas ventas.

MATERIAL INFORMÁTICO

Los profesionales de la informática (programadores, SEOs, diseñadores web...) pueden desarrollar toda una amplia gama de productos con los que obtener ganancias pasivas. Al margen, por supuesto, de los otros trabajos activos que quieran desempeñar por otro lado.

Tenemos:

56 Desarrollos informáticos para trabajadores del ciber espacio

Hacemos referencia aquí a sistemas, productos o desarrollos para profesionales que desempeñen sus trabajos en el mundo digital. Por ejemplo:

→ Temas y plantillas web para CMS (sistemas gestores de contenido: *Wordpress, Joomla*...) y *e commerce* (*Prestashop, Magento*...).

→ *Plugins* (complementos que se instalan para ampliar funciones) o *scripts* (mini programas).

Todos estos materiales pueden crearse y suministrarse en modo automático para su descarga por los interesados a cambio de un precio. La plataforma de distribución más conocida es Envato.



57 Venta de aplicaciones móviles

Las aplicaciones para teléfonos móviles y *tablets* son aplicaciones informáticas que se instalan en los terminales y contienen funcionalidades que permiten al usuario llevar a cabo actividades de determinado tipo.

Por regla general, la creación de una aplicación pasa por una serie de fases, principalmente tres:

→ Inicios. Conciencia del problema o necesidad a resolver, del tipo de público y de la solución que se va a ofrecer. Ello supone definir funcionalidades.

→ Desarrollo. Diseño de la aplicación y creación del código con arreglo a un lenguaje de programación. Esta es la fase de *creación* propiamente considerada.

→ Publicación. Una vez listo todo, testado y validado, se publica para su utilización por los usuarios.

Hay que decir también, en honor de la verdad, que hoy en día existen sitios web donde un usuario sin experiencia puede crear su propia app, por ejemplo The app maker o Mobincube.

Aplicaciones hay tanto gratuitas como de pago.

Las de pago son las que aquí nos interesan. Puedes vender una aplicación, como si de cualquier otro producto se tratara, bien sea a particulares o empresas. Se trata de un ingreso pasivo ya que la aplicación la creas una vez y puedes venderla a infinidad de interesados con el mismo trabajo.

Hay que precisar, no obstante, que en la práctica tan solo una pequeña cantidad de aplicaciones móviles puede monetizarse por esta vía. La venta directa suele ser algo reservado para productos muy elaborados, que suplan grandes necesidades del mercado.

Pero esto no quiere decir que no existan otras formas de monetizar la aplicación. Las vemos en el siguiente apartado, porque son una nueva línea de ingresos pasivos.

58 Ingresos pasivos derivados de aplicaciones móviles

Como acabamos de decir, podemos también monetizar las aplicaciones de otras formas, por ejemplo:

- Publicidad integrada en la app. Lo puedes llevar a cabo a través de AdMob, de Google.

- Ofrecer una parte gratuita y otra de pago (modelo *freemium*). Esta última, evidentemente, tiene mejoras: mayor contenido, ausencia de publicidad…

- Ofrecer otros productos o servicios de pago dentro de ella. Pueden ser físicos o virtuales (ropajes y extras para los muñequitos del juego, por ejemplo).

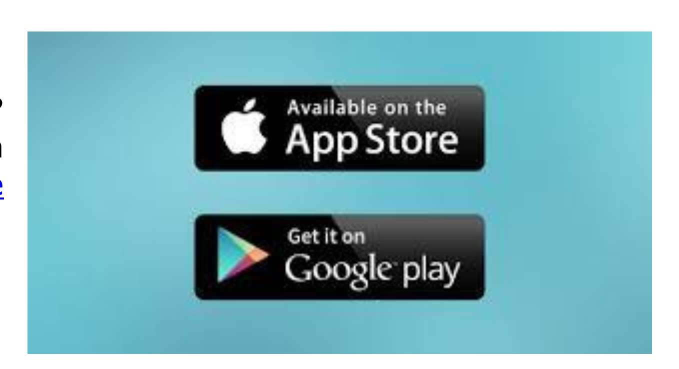
- Suscripciones. Como cualquier revista o sitio de membresía.

- Afiliación: recomendar y ofrecer productos de otros.

- Ganancias indirectas: consolidación de marca, promoción de negocio, obtención de suscriptores, etc.

- Otros tipos de ingresos no pasivos (¡pero ingresos!). Si tiene éxito la aplicación podemos acabar vendiéndola a alguien de nuestro sector y competencia por una cantidad global.

¿Dónde ofrecer tus aplicaciones? Las dos *tiendas* que casi copan el 100% del mercado son Apple store y Google Play.



59 Licencias de software y programas informáticos

Cuando creas un programa informático puedes venderlo de dos formas:

- Directamente, como cualquier producto o servicio, tanto a particulares como a empresas o plataformas que a su vez lo revendan o concedan la licencia de uso a otros.

- Concediendo la licencia de uso del mismo. Recibes una cantidad, periódica o no, proveniente de diversas personas, a consecuencia del trabajo de desarrollo realizado una vez.

¿Dónde puedes vender software? Portalsaas, Themeforest y Codecanyon.

Y un consejo: por muy informático que seas y muy elaborado que sea tu software, a fin de cuentas para monetizarlo tienes que vender, lo cual implica clientes, marketing y estrategias. No confíes solo en la bondad del producto. Los ingresos, sean activos o pasivos, se perciben cuando se vende, no cuando se crea.

60 Juegos

Finalmente incluimos los juegos en el apartado de los informáticos, aunque en la elaboración de los mismos intervienen otros profesionales, como por ejemplo los diseñadores.

La industria de los vídeo juegos mueve millones de dólares al año y es un sector que podrías tener muy en cuenta a la hora de crear si eres informático.

Plataformas de venta de juegos son Google Play store y Steam. Y maneras de monetizarlos varias: la venta del juego en sí, cuotas periódicas, compra de complementos para los personajes, etc.

OTRAS PROFESIONES

61 Inventos

Los inventos son una constante en la historia de la humanidad y cada época tiene los suyos.

Si inventas algo y quieres obtener ingresos pasivos con ello lo primero que debes hacer es patentarlo. Al respecto hay alguna confusión entre los conceptos de invento, patente y marca. Lo aclaramos:

Un invento es lo que creas, el producto, sistema o procedimiento que creas: algo que no existía previamente y que tú traes a la vida.

Una vez creado (inventado) puedes patentarlo o no. Lo normal y deseable es que lo hagas. Una patente, así, es el derecho exclusivo que se otorga (por un organismo cualificado) a una invención, la tuya.

La marca es el signo distintivo o identificativo que das al producto: *Coca cola, Nike...*

Así, puedes tener una marca sobre algo sin patentar, una patente sobre un invento sin marca (quizá porque ni siquiera se comercializa), etc.

Si eres un creador o un inventor puedes comercializar de dos formas básicas tu invento:

→ Vendiéndolo tal cual a alguien, es decir vendiendo la patente, el derecho de uso exclusivo. Esto sería una venta normal y corriente, como si vendes un apartamento o un coche.

→ Concediendo el derecho de uso de esa patente a través de licencias. Este es genuinamente el ingreso pasivo, ya que gracias a algo que has hecho una vez puedes cobrar repetidas e ilimitadas veces sin

necesidad de realizar más trabajo. A su vez, esta posibilidad admite dos variantes:

- Conceder licencias a una pluralidad de personas, a todos los interesados, abonándote cada una de ellos una cantidad determinada (el coste de la licencia).

- Conceder la licencia de uso a una empresa y participar en un porcentaje de royalties según las ventas o ingresos obtenidos.

Enlaces que te pueden ser útiles en esta temática son los siguientes:

Organización Mundial de la propiedad intelectual

Oficina de propiedad intelectual de la Unión Europea

Organización española de patentes y marcas

62 Música

La música concede derechos de autor a los autores, compositores, cantantes... Tu creación musical vale dinero y la puedes comercializar de diversas formas, unas pasivas y otras no.

Si realizas un concierto en vivo no es pasivo.

Si grabas un CD con la música es pasivo, porque se vende ilimitadas veces a consecuencia de un trabajo realizado una sola vez.

Formas de obtener ganancias pasivas con la música:

- Venta de la grabación musical (CD, MP3...).

- Reproducción en medios de comunicación: radios, televisiones...

- Reproducción en establecimientos abiertos al público: tiendas, hostelería...

- Utilización conjunta con otros elementos de venta a terceros: juegos con música, video cursos, bandas sonoras de películas...

- Utilización por alguien a modo individual con finalidad lucrativa: utilizar un fragmento en un evento en vivo, por ejemplo un seminario o taller.

- Utilización individual (tonos para celular).

- Utilización en plataformas de reproducción en Internet: Spotify, iTunnes, Napster ... (pago según unidades descargadas o por reproducción en *streaming*).



63 Grabar y vender actuaciones artísticas

En el apartado anterior hemos dicho que hacer un concierto no tiene nada de pasivo. Pero imagina si tus conciertos de música, obras de teatro, monólogos, actuaciones en vivo de cualquier tipo... los grabas y comercializas, esto es los vendes. Esto sí es pasivo.

Realizas la actuación una vez y la vendes muchas. La actuación en vivo solo la ven un número determinado de personas (el aforo) en un lugar determinado, pero la grabación la puede ver todo el mundo en cualquier lugar del planeta. Has creado una fuente de ingresos constante e ilimitada.

64 Diseños

En este apartado nos referimos al diseño gráfico, aunque existen muchos otros tipos de diseño, por ejemplo el industrial, arquitectónico o paisajístico. Aquí nos vamos a referir a los logotipos, carteles, animaciones, composiciones visuales... en definitiva, a todos los tipos de composición gráfica que combinan imagen y/o texto.

Un diseñador, como creador que es, tiene la titularidad de sus creaciones y puede comercializarlas de la forma que considere oportuno.

Puede crear su propio estudio y ofrecer servicios a clientes.

Puede trabajar como *freelance* realizando encargos para otros.

Puede trabajar por cuenta ajena en una agencia.

O puede rentabilizar de forma pasiva sus creaciones, permitiendo a una pluralidad de personas usarlas a cambio de un precio.

Formas de obtener ingresos pasivos con tus diseños:

Envato, anteriormente citado, principalmente aquí.

Creative market.

Zazzle.

65 Diseños de ropa

Una modalidad de la anterior, y que está adquiriendo un impresionante auge en los últimos años, son los diseños para ropa. Imagina, por ejemplo, la cantidad de camisetas que ves por la calle con eslóganes, dibujos, fotografías... Puedes crear tus diseños y estamparlos en ropa para vender, pero tranquilo: no te estoy proponiendo que te hagas costurero o abras una empresa textil. Es todo mucho más sencillo, porque ya hay portales que se dedican a eso.

Aquí van algunos ejemplos:

- Latostadora. Es un portal que te permite tener tu propia tienda *on line* gratuita en la que vender diseños personalizados en camisetas, jerseis, polos, etc. Ellos se encargan de la producción y logística, y tú de subir los diseños y cobrar en tu cuenta.

- Cafepress. Un portal en el que se puede subir diseños, crear tus propios productos y venderlos. Ropa para niños, mujeres y accesorios.

- Spreadshirt. Subes tus diseños y los vendes en camisetas, zapatillas, sudaderas, pijamas, pantalones, ropa de niños, chaquetas, ropa deportiva, etc.

V.- ARRENDAMIENTOS

Los arrendamientos son una de las formas clásicas de percibir ingresos pasivos. Una inversión realizada una sola vez en la compra de un activo, un bien, nos reporta ingresos constantes y recurrentes sin necesidad de realizar ulteriores acciones. El bien es susceptible de ser utilizado infinitas veces, al menos durante su vida útil, y además puede ser revendido en un momento posterior. Esta última forma de ganancia, llamada ganancia de capital o plusvalía, no es estrictamente un ingreso pasivo, ya que se produce una sola vez (en el momento de la venta), pero qué duda cabe que constituye un aliciente adicional a esta modalidad de ingreso.

¿Qué es técnicamente un arrendamiento? Un negocio jurídico en el que una persona cede a otra el uso de un determinado bien a cambio de algo, generalmente a cambio de un precio.

En este sentido, en el arrendamiento confluyen dos figuras: una persona (o empresa) que quiere utilizar algo, usarlo, sin adquirirlo en propiedad; y otra persona (o empresa) que tiene la propiedad o facultad de uso de ese algo y lo cede a cambio de un precio pactado.

En contra de lo que casi todo el mundo piensa, para arrendar algo NO es necesario, por regla general, ser propietario del bien. Basta con tener el poder de uso y disposición. Esto quiere decir que puedes arrendar cosas que no sean legalmente tuyas, pero de las que puedas usar legítimamente. Ello, por supuesto, abre la posibilidad a formas ingeniosas de obtener beneficios con bienes que no sean tuyos, o no lo sean al 100%, pero de los que puedas disponer por tener el consentimiento del titular: arrendar algo de una tercera persona (familiar o amigo), arrendar (más bien subarrendar) algo que tú ya estés arrendando (siempre que esté contemplada la facultad en el contrato), arrendar algo que todavía estés pagando, etc. No es necesario ser propietario legítimo al 100% del bien.

El pago del arrendamiento, como después veremos, no tiene porqué ser tampoco obligatoriamente en dinero. Para caso de que sí lo sea, la cantidad entregada puede serlo en una sola vez (arrendamiento por un año a cambio de un precio X total, por ejemplo) o en varias (pago mensual, semanal...). En este último caso se llama *renta*, y de ahí deriva el calificativo que tradicionalmente se ha atribuido a las personas que vivían de las rentas de alquileres: *rentistas*.

En este apartado vamos a hablar exclusivamente del arrendamiento de bienes (aunque de distinta naturaleza, eso sí), pero hay que especificar que existen OTROS tipos de arrendamientos que NO dan lugar a ingresos pasivos (pero que también son arrendamientos). Son los supuestos de:

- El arrendamiento de obra, que vendría a ser una especie de encargo: cuando una persona encarga a otra que realice un determinado trabajo u obra para ella (una casa, una pintura...).

- El arrendamiento de servicios: cuando una persona requiere de otra la prestación de una serie de servicios a cambio de un precio. Ejemplos: transporte, asistencia, cuidado.

En estos dos últimos casos, hablamos de arrendamientos pero no de ingresos pasivos, ya que la realización de una obra, servicio o encargo requiere por su propia naturaleza de un trabajo activo constante y, si éste no se realiza, carece de sentido el contrato. El ingreso pasivo, recordemos, solo se produce cuando la puesta a disposición del bien o del servicio se realiza de forma automática, sin intervención directa del titular.

Vamos a distinguir en este capítulo entre arrendamiento de inmuebles y arrendamiento de OTRO tipo de bienes.

INMUEBLES

El arrendamiento de inmuebles es la forma más conocida de arrendamiento, aunque no la única. Bienes inmuebles son, por contraposición a los muebles, aquellos que no pueden desplazarse o trasladarse de un lugar a otro sin deterioro o destrucción.

Yo soy un firme defensor y practicante de esta modalidad. ¡Me encanta! Hay personas que recelan de la misma por diversos factores: posibilidad de crisis financieras y burbujas inmobiliarias (con los consiguientes pinchazos de las mismas), impagos y morosidad, posibilidad de desperfectos... Para mí, no excluyendo esos riesgos, que por supuesto existen, el arrendamiento de inmuebles supone una exquisita forma de percepción de uno o varios ingresos mensuales con los que poder vivir tranquilamente. Mantienes, además, la posibilidad de reventa del bien con su más que probable ganancia a medio/largo plazo, y en cualquier caso te proporcionas a ti mismo una estupenda pensión de jubilación para el futuro, cuando los gobiernos digan que el sistema es insostenible, pero tu inmueble permanezca imperturbable al paso del tiempo proporcionándote una renta.

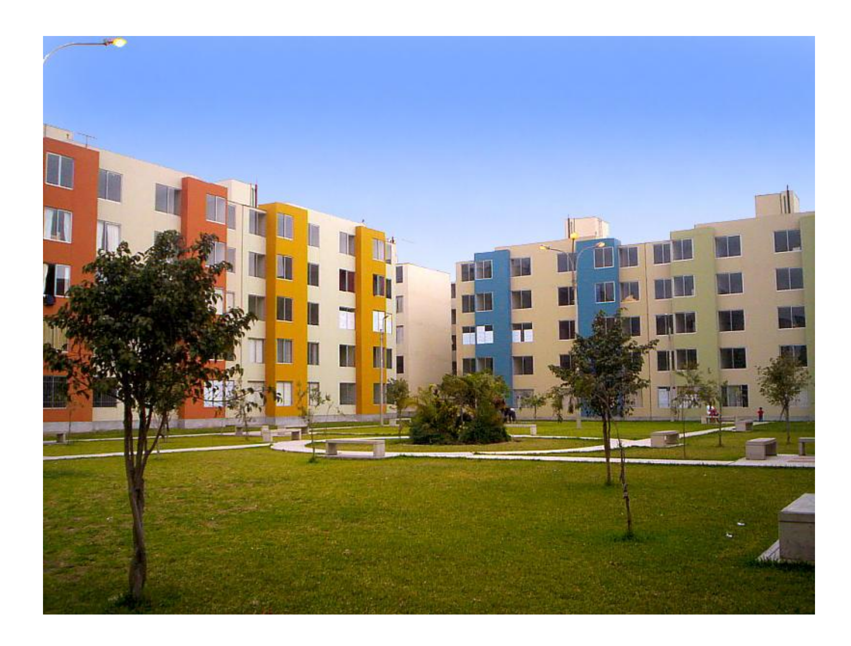
La gestión del arrendamiento de un inmueble supone una serie de tareas para las que no todos se sienten capacitados. Hablamos de formalización de contratos, gestión de impuestos, reclamación de cantidades (en su caso), comunicación de aumentos de renta, contabilidad de ingresos y gastos (comunidades de propietarios, seguros...), elaboración de recibos y facturas, domiciliaciones bancarias, etc.

Para facilitarte la tarea, en este apartado encontrarás enlaces de interés, y en cualquier caso, existen softwares especializados que te permiten realizar todas las funciones anteriores con la máxima comodidad y sencillez. Aquí tienes un ejemplo de lo que hablamos. El modo de funcionamiento de esta herramienta es muy simple: de acuerdo al número de inmuebles que tengas (uno o varios) se abona una licencia anual que te permite realizar todas las funciones de gestión a que hemos hecho referencia.

Si de todas formas necesitas resolver dudas jurídicas o se te plantea algún problema legal, mi recomendación para ti es que acudas al mejor especialista en la materia que conozco: Eduardo Fernández Figares, de *Abogados para todos*. Aquí tienes el enlace a su sitio web. Además, en el mismo encontrarás infinidad de modelos y plantillas que te serán de la máxima utilidad.

Comenzamos.

66 Arrendamiento de vivienda habitual



Consiste, como su nombre indica, en el arrendamiento de una vivienda para destinarla a vivienda habitual. Se excluye, por tanto, el uso para trabajos, empleos u otros fines.

El principal problema que puede plantear es la producción de desperfectos y el riesgo de impagos.

- Para lo primero, la solución son los seguros de daños.
- Para lo segundo, podemos ser precavidos y exigir garantías al arrendatario. No me refiero exclusivamente a la fianza de un mes que suele aparecer en todos los contratos, sino a otras adicionales, como puede ser el caso de:
  - ✓ Un aval bancario, es decir una entidad bancaria que se haga cargo del abono de las cantidades dejadas de pagar por el arrendatario, o bien
  - ✓ Una fianza o aval solidario de otra persona, esto es otra persona que se haga responsable del pago de las cantidades dejadas de abonar.

En cualquier caso, junto a los seguros de daños, en los últimos tiempos se han popularizado los seguros de impago de rentas, de forma que también puedes asegurar el posible impago de las mismas. La compañía se encargará del cobro al inquilino y te reembolsará las rentas adeudadas, según los clausulados de cada contrato.

A continuación vamos a indicar los modelos y plantillas que pueden hacerte falta para la gestión de este ingreso pasivo:

Contrato de arrendamiento de vivienda habitual.

(Tanto este modelo, como muchos otros a los que haremos referencia en este apartado y en otros, están disponibles en el sitio web de wonder legal. El modo de funcionamiento en todos los casos es el mismo: dispones de un periodo gratuito de 7 días en los cuales podrás descargar y rellenar todos los documentos que precises sin límite. Transcurrido este periodo, deberás suscribirte por una cantidad mensual o abonar individualmente el documento que precises, sin suscripción)

Si no quieres utilizar esa opción, aquí puedes descargarte sin más otro modelo de contrato de arrendamiento de vivienda, creado en esta ocasión por un organismo público español.

Y si confías más en la OCU (organización de consumidores y usuarios) aquí tienes otro modelo de contrato de arrendamiento de vivienda.

Igualmente pueden ser de tu interés los siguientes documentos:

Anexo al contrato de arrendamiento para incluir inventario de muebles.

Anexo para incluir opción de compra.

Modelo de comunicación al arrendatario de subida de la renta.

Modelo de recibo para pago de la renta.

Y referentes al arrendatario, pero que también te viene bien conocerlos:

Modelo de notificación al arrendador de fin de contrato de arrendamiento.

Modelo de carta para reclamar devolución de fianza al arrendador.

Modelo de petición de autorización al arrendador para realizar obras de conservación





Consiste en el arrendamiento de una vivienda para turistas en periodos de vacaciones.

Hay que especificar en el contrato que el objeto del mismo es el de vivienda temporal, no habitual, y que el motivo es turístico/vacacional, ya que la legislación difiere para caso de ser vivienda habitual o no.

En este enlace puedes acceder

a un modelo de contrato de este tipo. Mejor dicho a dos. Y aquí tienes el de la OCU. Ten en cuenta en cualquier caso que en España la regulación en esta materia depende de cada comunidad autónoma.

Una plataforma muy conocida a la que puedes subir tu vivienda para fines vacacionales es Airbnb.



Una modalidad de este arrendamiento, que constituye una modalidad de ingreso, pero NO pasivo, es el contrato de alojamiento, que consiste en el alquiler de una vivienda como si fuera una habitación de hotel, es decir incluyendo cambio de sábanas, limpieza, desayuno... Esto supone un trabajo, evidentemente y, a menos que lo realice otra persona no es pasivo. Pero como idea adicional, ahí queda.

68 Arrendamiento de vivienda para temporada

El arrendamiento de vivienda para temporada coincide con el anterior en que la misma no va a constituir vivienda habitual, pero difiere en que el destino no es vacacional, sino de otro tipo, por ejemplo asistencia a congresos, realización de un trabajo temporal en otra ciudad, etc.

El supuesto más conocido es el de viviendas para estudiantes, en el que el contrato dura lo que el curso académico.

69 Arrendamiento de habitación modalidad 1

En este supuesto no se arrienda toda la vivienda, sino una o varias habitaciones de la misma.

En la modalidad 1 alquilamos la o las habitaciones, mientras el dueño permanece en la vivienda.

70 Arrendamiento de habitación modalidad 2

En la modalidad 2 alquilamos todas las habitaciones de la vivienda a terceras personas.

En este caso, la ganancia obtenida por el propietario suele ser mayor que si arrendara la vivienda completa como un cuerpo cierto, pero también exige un mayor esfuerzo al existir mayor rotación en los arrendatarios y tener que formalizar más contratos.

En este enlace puedes encontrar modelos de contrato tanto para este supuesto como para los dos anteriores.

71 Arrendamientos de locales comerciales urbanos



En este caso, lo que arrendamos es un local comercial (bajo, entresuelo...) para fines de negocio (tiendas, oficinas...).

El precio suele ser mayor que las viviendas y la producción de desperfectos menor, aunque también su coste de adquisición es mayor.

Al menos en la legislación española, este tipo de contrato suele estar sometido a la libre voluntad de las partes, esto es suelen existir menos cláusulas de contenido obligatorio, como ocurre con los arrendamientos de viviendas habituales.

Aquí tienes un modelo de contrato de arrendamiento de local de negocio y aquí otro (proporcionado por un medio digital español).

72 Arrendamiento de solares urbanos

Los solares urbanos, de gran valor económico en tiempos de bonanza, se convierten en quebraderos de cabeza para los propietarios en épocas de crisis.

El motivo de ello es que disminuye su valor de venta, pero se mantienen (o se incrementan) los costes asociados a los mismos: impuestos (municipales, estatales...), mantenimiento (limpieza, vallado...), etc.

Una solución es el arrendamiento de los mismos para fines varios. Te ofrezco algunas ideas:

- Estacionamiento de vehículos (y quizá hasta le hagas un favor al ayuntamiento).

- Atracciones de feria (caballitos, coches de choque...)
- Carritos de churros, gofres, palomitas de maíz...
- Establecimientos rudimentarios de hostelería (cafeterías, bares...) con material desmontable.

73 Arrendamiento de trasteros

Hay viviendas con trasteros independientes, bien en la azotea, bien anexos a la plaza de garaje.

También ha surgido recientemente la idea de negocio consistente en la construcción de trasteros varios en una superficie (solar, local, nave...), para su arriendo a diversas personas.

En cualquiera de los supuestos, el arrendamiento de un trastero es una opción perfectamente válida y además muy lógica en grandes ciudades en las que el reducido espacio de muchas viviendas constituye un evidente problema de almacenamiento. Imagina que te trasladas a una ciudad nueva, alquilas una vivienda de 50 m2 y tienes que guardar la bicicleta, las maletas, los edredones de invierno... ¿Cómo lo haces?

74 Arrendamientos de garajes o plazas de garaje

Otra modalidad de arrendamiento para estacionamiento de vehículos. Puede recaer sobre una plaza individualizada en un garaje colectivo o sobre un local destinado a este fin.

Aquí tienes un modelo de contrato de arrendamiento de plazas de garaje.

#75 Arrendamiento de fincas rústicas

Las tierras también constituyen a veces un problema para muchos propietarios. Una solución, si no se dedican a su cultivo o no las tienen en producción, consiste en arrendarlas. Los precios no suelen ser muy altos, nada como para hacerse rico, pero la ventaja principal es que la tierra continúa conservada y cuidada y, al menos, no desmejora.

76 Aparcerías

Una variante del anterior es la aparcería.



Consiste en la cesión de una tierra rústica para su explotación por un tercero a cambio de una porción de los frutos obtenidos.

Al igual que en al arrendamiento de fincas rústicas, el uso de la misma se cede a otra persona, pero ésta no paga en dinero sino con las mismas utilidades obtenidas de la explotación, es decir con una parte de los productos obtenidos.

Es una opción que solía usarse mucho antiguamente, pero que nada obsta a que lo siga haciendo en la actualidad, especialmente en los casos en que al arrendatario no dispone de efectivo para abonar una renta y el propietario acepta compartir el riesgo de la explotación con el aparcero (cobrará en función del resultado de la misma).

Aunque, desde el punto de vista del propietario, ésta sea una opción para dar utilidad (y eliminar problemas) en una tierra de su propiedad a la que no dedica atención, también existe la posibilidad de que cree el supuesto *ex novo* como una fuente de ingreso pasivo: esto es, que adquiera la tierra y ponga en funcionamiento la explotación por él mismo para su posterior gestión por otro. A partir de ahí, el ingreso es pasivo.

#77 Arrendamiento de naves industriales

Una nave industrial es un local destinado a la producción de bienes, en el que se almacenan los materiales, maquinarias y engranajes precisos para la mencionada producción, y al que acude eventualmente a trabajar el personal encargado. Por regla general se ubican en polígonos industriales, espacios del término municipal catalogados con este fin para la realización de las actividades propias.

Cuando el arrendamiento es del local vacío, sin actividad industrial en el interior, hablamos de arrendamiento de naves industriales.

78 Arrendamiento de fachadas

Nos referimos a fachadas de edificios enteros, de pisos o locales, o a paredes medianeras cuando el colindante es un solar vacío. En todas ellas se puede insertar publicidad y cobrar una cantidad periódica y recurrente por la sola cesión de uso para estos fines.



OTROS

#79 Arrendamiento de industria

Cuando en la nave industrial se desarrolla una actividad de este tipo, es decir una actividad de producción y/o suministro de bienes determinados, estamos en presencia de un negocio o explotación y el arrendamiento se denomina *de industria*.

También se aplica a los locales urbanos en los que tiene lugar una actividad comercial: establecimientos de hostelería, tiendas, etc.

Lo importante en esta modalidad de arriendo es que NO se alquila un local comercial, sino la actividad, negocio o explotación que tiene lugar en el interior. Esto incluye maquinaria, mercancías, bienes ya producidos, derechos inherentes al negocio (de propiedad intelectual, por ejemplo), *know how*, clientela, expectativas...

No hay que confundir con el *traspaso de local de negocio*. Este caso generalmente encubre una venta, ya que se entrega todo lo anterior (maquinaria, existencias...) a cambio de un precio, pero no se cede el uso continuado ni la posesión durante un tiempo determinado.

80 Alquiler de vehículos a motor

La creación de una empresa de alquiler de vehículos, al modo de las tradicionales de toda la vida (Hertz, Avis, Europcar...), es una interesante forma de obtener ganancias pasivas.

Los vehículos son activos que se adquieren una vez y otorgan flujos de efectivo cada vez que se alquilan. El mismo bien produce ingresos recurrentes. Hay que tener en cuenta, no obstante, que el coste de

adquisición de un vehículo es elevado, máxime si vamos a contar con una flota. No es, pues, un supuesto, apto para todos los bolsillos.

81 Alquiler de nuestro propio vehículo

Al margen del anterior supuesto, puedes ceder el uso de tu propio vehículo cuando no lo utilices y obtener una rentabilidad por ello.

Las posibilidades son dos:

- → Por tu propia cuenta, a través de anuncios en Internet, por ejemplo, contactando directamente con los interesados.
- → A través de aplicaciones y portales en los que simplemente tienes que subir tu vehículo e indicar disponibilidad, precio y los detalles que te soliciten. Ejemplos los tienes en Drivy, Amovens o Socialcar. Es una posibilidad muy cómoda e interesante para obtener una rentabilidad en el caso de que no utilices mucho tu vehículo o dispongas de varios.

82 Publicidad en vehículos a motor

Si tienes un vehículo a motor puedes alquilar o ceder el uso de la parte externa para insertar publicidad.

Los supuestos más conocidos son los taxis y autobuses. Una estupenda forma de obtener ingresos extra (y pasivos) además de los propios de su función.

Pero no son ellos los únicos. Si tienes un vehículo a motor del tipo que sea puedes insertar publicidad de empresas que solicitan este servicio. No necesitas ir ofreciéndote por ahí (ni tampoco esperar a que te llamen, claro). Hay portales que se dedican a ello:

- Publycar
- Marketmoving
- Serbecar

83 Alquiler de maquinaria

En este caso lo que alquilamos es maquinaria de cualquier tipo (pesada, de construcción, agrícola, pequeñas herramientas...).

Puedes crear un negocio comprando la maquinaria y destinándolo a este fin, o puedes alquilar maquinaria que tú tengas. También puedes optar por una solución intermedia. Verás: hace un tiempo yo residía en una zona agraria en la que los agricultores precisaban maquinaria determinada varias veces al año (desbrozadoras, segadoras...). Al necesitarlas muy poco tiempo no les merecía la pena comprarlas. Una buena idea habría sido adquirir alguna maquinaria de la más utilizada y alquilarla por días u horas.

84 Alquiler de ropa

La puesta en marcha de un negocio de alquiler de ropa es un supuesto interesante. Muchas veces necesitamos prendas que no vamos a utilizar más que una o dos veces. ¿Qué necesidad hay de comprarlas?

Encontramos varios nichos interesantes:

- Ropa de fiesta o celebraciones (bodas, bautizos...).
- Ropa de noche (trajes largos, lentejuelas, smokings…).
- Ropa de bebés (que se utiliza durante periodos muy cortos de tiempo)
- Ropa deportiva (surf, nieve, buceo...)

85 Alquiler de ropa propia

Pero el supuesto no termina ahí. Al margen de montar el negocio, podemos alquilar nuestra propia ropa. Si tienes prendas de los tipos anteriores, en buen estado por no usarlas o haberlas usado muy poco, puedes alquilarla entre particulares. En Internet encontrarás sitios de alquiler de todo tipo de objetos, entre los cuales tiene perfecta cabida tu ropa. Un ejemplo clásico: milanuncios.

86 Alquiler de bicicletas



El último supuesto de alquileres está destinado a las bicicletas.

Como particulares puede no ser muy operativo ni rentable alquilar nuestra propia bicicleta, pero si tenemos otro tipo de negocio sí puede ser un complemento ideal. Imaginemos que regentamos un hostal o establecimiento análogo. Tanto en el campo como en la ciudad puede ser una fantástica idea el disponer de

bicicletas para alquilar a los huéspedes. Nuevamente adquirimos un bien, la bicicleta, que puede ser utilizado reiteradas veces y otorgar ingresos recurrentes.

VI.- INVERSIÓN DE DINERO

Con el dinero puedes hacer infinidad de cosas:

- Gastarlo en lo necesario (comida, ropa...).
- Gastarlo en lo innecesario (ocio, diversión...).
- Guardarlo para que no te lo quiten ☺.
- Invertirlo.

Este último supuesto es el que nos interesa.

Cuando inviertes tu dinero pones el mismo a trabajar para ti. Las ganancias obtenidas son pasivas porque es el dinero el que trabaja, no tú. De hecho ni siquiera trabaja: está ahí, existe, lo colocas en un sitio, cumple una función en él, y por el mero hecho de estar ahí (de permanecer, de existir) produce beneficios. ¿No es esto pasivo, no es esto apalancamiento, no es esto obtener ingresos realizando tan solo una acción inicial?

Hay un fenómeno que siempre me ha llamado la atención: el dinero produce más dinero y la falta de dinero produce más falta de dinero. Si tienes dinero y haces cosas con él, tienes más dinero; si no tienes dinero y no haces nada, cada vez tienes menos dinero porque los gastos necesarios permanecen (o se incrementan), pero el dinero no.

El dinero necesario para comenzar puede provenir de distintas fuentes:

→ Ingresos ordinarios. Todos los meses ganamos X con nuestro trabajo y dedicamos una parte a inversiones.

→ Ingresos extraordinarios. No los percibimos con regularidad, sino en determinados momentos. Pueden ser de dos tipos: esperados (*la paga extra*) o inesperados (un premio de un concurso, una herencia...).

→ Ingresos que creamos de la nada. Ya hemos visto en otros apartados los activos que podemos crear partiendo de cero, simplemente con

talento, conocimiento o habilidades profesionales. Sin invertir dinero, estamos creando fuentes de ingreso que sí nos reportan dinero.

Por tanto, la posibilidad de generar ingresos es algo al alcance de cualquiera. Nunca he creído en el victimismo, la inacción o la confluencia de los planetas para convertirte en el ser más desdichado del universo. Por lo tanto, si dinero hay o lo podemos crear, la pregunta es: ¿qué hacemos con él?

Pues seguimos con nuestro catálogo de ingresos pasivos.

87 Inversión de dinero en un negocio de otro como socio silencioso

Hay negocios que requieren de una inversión de dinero y no todo el mundo dispone del mismo (o no quiere gastarlo, supuesto también existente).

Una bonita forma de colaborar en el desarrollo de la economía, al tiempo que obtienes ganancias, consiste en invertir dinero en el negocio de otra persona sin más funciones que esa. Dicho de otra forma: te conviertes en un socio silencioso: aportas dinero y no haces nada más: no opinas, ni decides, ni gestiones, ni trabajas... A cambio de esa aportación de dinero, obtienes un porcentaje en las ganancias del negocio.



La participación del socio capitalista puede hacerse tanto al inicio de la vida del negocio, cuando hay que ponerlo en marcha, como en cualquier momento posterior (bien para expansión del mismo, bien para solucionar problemas transitorios -deudas-).

Evidentemente, la persona con la que llegues al acuerdo debería ser de confianza (amigos, familiares, compañeros de otros negocios...). En cualquier caso, sería bueno adoptar medidas de previsión para evitar sorpresas. Básicamente:

- Acordar claramente todos los detalles: cuánto se aporta, a qué va a estar destinado, de qué manera se van a repartir beneficios, en qué fechas, cómo se van a computar...

- Establecerlo todo por escrito. Lo normal es constituir alguna fórmula societaria de las diversas que existen en la casi generalidad de países. En España tenemos las siguientes posibilidades:

  - ✓ Sociedad limitada mercantil. Dos personas constituyen una sociedad, aportando cada una lo que se diga y figurando así en los

estatutos. Tú lo que aportas aquí es dinero: una cantidad X a cambio de X participaciones en la empresa. Se firma ante notario y se inscribe en el Registro mercantil.

- ✓ Sociedad limitada civil. Igual que la anterior, pero sin carácter mercantil. Se firma en documento privado y no se inscribe en registro alguno.

- ✓ Comunidad de bienes. De tipo civil, con la misma funcionalidad que las anteriores: determinar los participantes, tu aportación (por lo que a ti respecta) y el porcentaje de participación.

En todos estos casos, la garantía que tienes es que eres dueño de la empresa y así consta por escrito, por lo cual en caso de problemas podrás exigir tu contrapartida. Igualmente, para el supuesto de que el negocio no funcione, tendrás un porcentaje en la liquidación de bienes resultantes (*el reparto de lo que haya*).

En la carpeta de *Extras > 4.- Sociedades y comunidades de bienes* puedes encontrar los siguientes modelos.

- Modelo de estatutos de sociedad limitada.

- Modelo de sociedad civil.

- Modelo de comunidad de bienes (este es el que vengo usando yo personalmente desde hace años).

88 Participación como inversor en proyectos de crowdfunding

El *crowdfunding* viene a ser una modalidad de la anterior, resultado de las nuevas tendencias sociales y económicas. Además, constituye un claro exponente de lo que es la economía colaborativa y la democratización del dinero. ¡Me encanta!

Es un modelo de financiación colectiva (y alternativa) que consiste en participar, junto con una pluralidad de inversores, en empresas de otros. A cambio, obviamente, recibes tu porcentaje en función de la aportación.

Las ventajas para el inversor pueden ser de dos tipos:

- Por un lado, psicológicas: al no estar solo, te sientes más tranquilo.

- Por otro lado, de gestión y productividad. No necesitas acordar en concreto con tu socio lo que vais a hacer (y redactar los documentos), sino que la gestora del proyecto se encarga de realizarlo todo. Tú solo tienes que firmar (y en muchos casos electrónicamente).

Decidir en qué proyecto participar es algo que puede estar motivado por diversos factores: tus inclinaciones personales (los proyectos que sean afines a tus ideas o creencias), los criterios de viabilidad (lo que creas que va a funcionar o no....)...

Para participar en proyectos de *crowdfunding* puedes hacerlo a través de portales existentes en Internet. Los más conocidos (sin que impliquen predilección ni invitación por mi parte) son:

Kickstarter

Lánzanos

Microinversores

Sociosinversores

Ecrowd

89 Inversión en startups

Esta es una de las formas de inversión que más me gustan y con la que más me divierto. Ahora bien, no es para todo el mundo: tienes que ser un amante de las emociones fuertes y utilizar SOLO el dinero que no necesites, que te sobre, que tengas aburrido en algún lugar sin hacer nada productivo.

El motivo es que el riesgo y la volatilidad son máximas: todo o nada. No se trata de fórmulas tranquilas para conseguir rentabilidades medias, sino de operaciones de alto riesgo. De hecho, lo normal es que la mayoría de *startups* fracasen y solo un pequeño porcentaje logren resultados satisfactorios. Las que los logran, sin embargo, lo hacen muy, muy por encima de la media: hablamos de rentabilidades de varios dígitos en cuestión de meses o pocos años.

Una *startup* es una empresa de base generalmente tecnológica, nacida en el mundo de Internet y las nuevas tecnologías, con el objeto de ofrecer un producto o servicio profundamente innovador y rupturista respecto a lo existente. Sus características serían:

- Grandes posibilidades de crecimiento en un corto espacio de tiempo.
- Fuerte exposición al riesgo.
- Componente tecnológico (aplicaciones, sistemas, portales web...)
- Financiación fuera de los circuitos tradicionales.

Este último aspecto es el que nos interesa como generadores de ingresos pasivos que somos, ¿verdad? .

Las empresas tecnológicas tienen necesidades de financiación como cualquier otra. Los dueños (más bien los creadores o iniciadores) no suelen ir al banco y decir: *Buenas, que se me ha ocurrido una aplicación y vengo a pedir 100.000 €*. Lo que hacen entonces es recurrir al *crowdfunding* o a inversores privados (empresas o particulares) de perfil más alternativo.

Cuando inviertes en una *startup* debes tener claro:

- Que el dinero puedes no volver a verlo más (o por contra puedes hacerte millonario).
- Que, como hemos dicho, lo recomendable es que uses solo el dinero que te sobre (a menos que seas de cabeza ligera).
- Que puedes obtener ingresos pasivos en forma de beneficios periódicos de la compañía, aunque lo normal es que éstos se reinviertan en su expansión o crecimiento.
- Que un destino común a muchas *startups* es el de terminar siendo vendidas a otras más grandes (*exit*), a cambio de importantes cantidades que resultarían ganancias de capital o plusvalías para los inversores.

Se puede invertir tanto en el inicio de la compañía como en momentos sucesivos (rondas de financiación), para ampliación y crecimiento. Participar en un supuesto u otro depende de la personalidad y expectativas de cada inversor, ya que hay matices.

Ejemplos de *startups* son Dropbox, Cursos.com, Wallapop, Justeat o Momondo.

¿Cómo invertir en *startups*? Lo más sencillo es que participes junto a otros inversores en plataformas al efecto: Startupxplore, The crowd angel, Lánzame y 101Startups.

Además de inversor en una *startup* ajena, por supuesto puedes ser el creador de la tuya propia. De hecho, mi relación personal con este mundo actualmente es la siguiente:

Por un lado, soy inversor en varias de ellas a través de plataformas de *crowdfunding*.

Por otro lado, estoy creando mi propia startup junto a otra persona.

Y finalmente soy partícipe económico y *prestador de servicios* en alguna otra.

Todo ello en el mundo de Internet.

90 Dividendos de acciones

Las acciones son las participaciones en las que se divide el capital de las empresas. Cuando éstas son grandes, pueden cotizar en mercados bursátiles en los que se llevan a cabo operaciones de compra y venta de valores.

Una acción (por importe de X, por ejemplo), representa en consecuencia la parte que tienes en el capital de una empresa, y en cuanto tal te otorga el derecho de recibir una parte de los beneficios cuando estos se producen y se reparten. A estos se les llama dividendos.

Hemos dicho que los beneficios (dividendos) se obtienen cuando se producen y se reparten. Esto es importante, ya que ni todas las empresas tienen beneficios, ni todas los tienen siempre, ni caso de tenerlos deciden repartirlos, ni caso de repartirlos lo hacen en su totalidad. Hay que tener en cuenta, por ejemplo, que en muchos casos el beneficio se reinvierte para crecimiento y expansión del negocio.

El ingreso que percibes derivado de la compra de la acción es pasivo porque no tienes que hacer nada para percibirlo, se produce por el mero hecho de la adquisición y tenencia de la acción: no tienes que trabajar en la compañía, ni pedirlo, ni dirigirte a ningún lugar para cobrarlo... Vendría a ser como el beneficio que obtienes de participar como socio silencioso en la empresa de otro (supuesto antes visto), pero a otro nivel y con particularidades. También es pasivo porque es recurrente: se produce una y otra vez, con la periodicidad que se determine.

Las acciones de bolsa, en este sentido, funcionan un poco al modo de los inmuebles: te otorgan una rentabilidad (alquiler o dividendo), y cuando decides venderlos obtienes otra ganancia en su caso (ganancia de capital o plusvalía: la diferencia entre el precio de compra y el de venta). De hecho hay personas que enfocan su estrategia de inversión en mercados de valores no en la obtención de dividendos, sino en la esperanza de revalorización de la acción, con independencia de que abone o no dividendos.

Hay que decir que, aunque aquí estamos suponiendo que el dividendo se paga en dinero, existe también la modalidad del dividendo en acción, consistente en recibir más acciones de la compañía.

91 Inversión automatizada en bolsa

Comprar acciones e invertir en bolsa supone, en principio, una forma de trabajo activo ya que implica tomar decisiones y ejecutarlas. Y la toma de decisiones implica estudio, conocimiento, formación…

Pero imagina que existiera una forma automatizada de hacerlo, es decir, que simplemente colocaras tu dinero en el mercado y algo o alguien tomara las decisiones en función de determinados parámetros: tu edad, tus gustos, tu nivel de tolerancia al riesgo, tus objetivos, la cantidad de dinero disponible para invertir, etc.

Pues bien, tengo una buena noticia: ¡existe! Hoy en día ya funcionan robots (máquinas, programas, algoritmos) que toman decisiones y las ejecutan en función de quién eres y lo que quieres.

Un ejemplo lo tenemos en este gestor automatizado de inversiones, que concretamente invierte en fondos indexados. De acuerdo a tu perfil, un programa informático toma las decisiones que mejor se le adapten y las ejecuta.

92 Inversión en divisas

Las divisas (monedas de los países) experimentan fluctuaciones por causa de motivos diversos, y eso hace que se devalúen o revalúen en relación a otras monedas. Ello, por consiguiente, ocasiona beneficios o pérdidas a sus poseedores y da lugar a posibilidades de inversión.

El mercado en el que se opera con divisas a nivel mundial se denomina Forex (Foreign exchange). En él, es ingente la cantidad de operaciones que se realizan por segundo y por obra de operadores del más diverso signo.

Podría decirse que el mercado de divisas es altamente especulativo y volátil. Para invertir en él (y esperar obtener revalorizaciones o ganancias) hay que tener sólidos conocimientos. En cualquier caso, la ganancia obtenida (revalorización) no es técnicamente un ingreso pasivo, a menos... a menos...

Que el proceso se configure de forma automática para no tener que estudiar el estado del mercado, dar la orden e intervenir activamente en cada momento. Hablamos en este sentido de dos cosas:

→ Los proveedores de señales, que como su propio nombre indica son entidades encargadas de suministrar automáticamente señales a consecuencia de la producción de determinadas variables (algoritmos, datos estadísticos...). Permiten colocar las órdenes sin necesidad de estudio y análisis previo. Estas señales se envían a quien contrata el servicio por medio de mensajes de móvil o *e mail,* por poner algunos ejemplos.

→ Las plataformas automatizadas, las cuales permiten a consecuencia de las señales ejecutar automáticamente órdenes e ingresar o detraer dinero de las cuentas de los usuarios. Como si fueran robots. Un ejemplo de ellas es Zulutrade.

93 Fondos de inversión

Para los que no quieran comprar acciones de bolsa por su cuenta y riesgo, ni encargar dicha tarea a gestores o *brokers*, existe la posibilidad de los fondos de inversión. En ellos participas, junto con otros inversores, en un patrimonio común (un fondo común), que se invierte de distintas formas y otorga una rentabilidad conjunta.

En los fondos te olvidas de la toma de decisiones y te sometes a lo que sus gestores decidan. Ingresas con la cantidad que prefieras, abonas las comisiones o gastos que se deriven y percibes la rentabilidad que te corresponda.

Hay muchos tipos de fondos de inversión, pero a grandes rasgos podemos distinguir los indexados y los de gestión activa.

→ Los primeros son aquellos que tratan de replicar un índice del mercado, por lo que su rentabilidad será la misma que ese índice.

→ Los segundos son aquellos que invierten en las acciones o empresas que se decidan, con independencia de que pertenezcan a un índice o no. Su objetivo es batir al índice, es decir batir al mercado, obtener una rentabilidad superior.

Puedes contratar fondos de inversión de varias formas:

- Entidades bancarias al uso, si no tienes muchas pretensiones. Puedes preguntar si trabajan con el fondo que tú hayas decidido previamente (caso de que te hayas informado) o pedirles que te asesoren sobre los que tengan (¿?).
- En la propia sede de la gestora del fondo.
- Banca especializada en inversión. Por ejemplo, Renta 4.



94 Fondo de pensiones

Un fondo de pensiones es un patrimonio que se crea con la finalidad de cubrir contingencias futuras que requieran el pago de una cantidad (retiro laboral, invalidez, viudedad...).

Pueden estar gestionados por entidades gestoras de fondos de pensiones, que tienen esta exclusiva finalidad, o por bancos o compañías aseguradoras, que junto a sus funciones habituales desempeñan esta otra.

Su dinámica de funcionamiento es muy simple: el partícipe aporta dinero con una periodicidad X y ello le da derecho al cobro futuro de la pensión. ¿Dónde está la pasividad? En que el capital del fondo es gestionado/administrado/invertido para producir rentabilidades, luego del dinero aportado obtienes un beneficio extra por el mero hecho de la aportación, sin tener que realizar actividad alguna. De esta manera, estamos ante una forma de inversión, al igual que ante una forma de previsión o aseguramiento.

La motivación principal a la hora de contribuir a un plan de este tipo no suele ser, sin embargo, la obtención de la rentabilidad, que suele ser muy baja, sino la percepción de la prestación futura, esto es el cobro de la pensión. Hay personas que se sienten sumamente seguras con estos mecanismos, al entender que su futuro está protegido económicamente, sobre todo cuando ya no puedan trabajar. Esto, dado el incierto futuro de los sistemas públicos de pensiones, puede tener su lógica. Yo, sin embargo, soy partidario de garantizarme prestaciones de jubilación a través de otras formas: arrendamiento de inmuebles (que funcionan, tengas la edad que tengas) o derechos de autor (igualmente).

95 Préstamo de dinero como prestamista

Prestar dinero es una actividad no reservada a bancos y entidades financieras. ¿Tienes dinero? Puedes prestárselo a quien quieras y cobrar intereses por ello.

Lo único que debes tener en cuenta es la forma de devolución (cuánto y en qué tiempo) y las garantías para caso de impago, porque... claro... el dinero

puede no ser devuelto. Los tipos de garantías que puedes incluir están recogidas en mi libro *Libertad financiera en dos pasos*. También puedes ver en él los requisitos del contrato a firmar.

En la carpeta de *Extras> 5* tienes un modelo de contrato de préstamo entre particulares.

96 Creación de una empresa de microcréditos

De la misma forma que puedes prestar dinero a alguien, puedes configurar esta otra alternativa: crear una empresa que tenga por objeto prestar pequeñas cantidades a múltiples personas, bien con fines personales (préstamos personales), bien con fines empresariales (poner en marcha pequeñas ideas o proyectos).

Los microcréditos se caracterizan por representar pequeñas cantidades y, en consecuencia, estar disponibles para un mayor número de personas. Por regla general, los beneficiarios son sujetos que no tienen fácil acceso a las fuentes de financiación tradicionales, y por este motivo las tasas de interés suelen ser superiores. En los últimos tiempos se han popularizado mucho compañías de este tipo en Internet. Algunos ejemplos son Vivus, Credy o Moneyman.

Hay que indicar que, según los países, las legislaciones pueden exigir requisitos o garantías adicionales a la empresa prestamista. Tengamos en cuenta que se trata de una materia potencialmente sensible al afectar a las finanzas y vida económica de consumidores y usuarios.

97 Participación en comunidades privadas de prestamistas

La tercera solución, si no quieres prestar el dinero de forma individual o a través de una empresa de microcréditos, es participar en comunidades privadas de prestamistas.

Se trata del *crowdlending*, una especie de *crowdfunding*, pero en materia de préstamos: una pluralidad de personas conforman una masa en la que aportan dinero y lo prestan a diferentes sujetos con las reglas que pacten. En este caso, tu labor consiste únicamente en determinar la cantidad de dinero que vas aportar y, según los casos, a indicar en qué supuestos estás dispuesto a prestarlo. El papeleo y la gestión corren por cuenta de la administración de la comunidad.

Ejemplos de plataformas *on line* de este tipo son Mintos, Comunitae y Circulantis .Y si quieres ver un ejemplo de alguien que invierte su dinero (y obtiene rentabilidades pasivas) a través de este mecanismo, te presento a David Suárez.

98 Depósitos bancarios

Un depósito bancario es dinero que tú depositas en una entidad financiera. Puede revestir varias formas: básicamente una cuenta corriente o de ahorro. La primera tiene disponibilidad inmediata y en ella suelen domiciliarse pagos periódicos y recibos de salarios (nóminas). La segunda puede tener o no disponibilidad inmediata y no lleva aparejados cargos o domiciliaciones. Esta última, como su nombre indica, tiene por finalidad el ahorro de dinero.

Una modalidad de depósitos de ahorro son los de plazo fijo, en los que te comprometes a no disponer del dinero durante un periodo X.

Teóricamente, los depósitos bancarios llevan aparejada una rentabilidad pasiva para el depositante en forma de intereses. El motivo es que se supone que el dinero que tú entregas al banco, éste lo destina a prestarlo a terceros o a realizar determinadas operaciones financieras, con las que obtiene a su vez una rentabilidad (mayor que la que a ti te abona). Esto sin embargo no es así, ya que en virtud del principio de reserva fraccionaria el banco tiene la prerrogativa de *crear* artificialmente dinero para estos menesteres y no prestar simplemente el que tiene depositado.

Hace años los intereses obtenidos por los depositantes podían merecer la pena. Hoy en día, las cantidades percibidas son mínimas (cuando las hay) y en la mayoría de los casos ni siquiera cubren la inflación. Por lo tanto puede decirse sin ambages que este tipo de inversión hoy en día es prácticamente irrelevante en cuanto a su cuantía.

99 Productos financieros de renta fija pública

La renta fija es un mecanismo a través del cual una persona le presta dinero a alguien (un ente, organismo o empresa), y éste lo devuelve al cabo de X tiempo con los intereses correspondientes. Para el inversor, por tanto, es una forma de financiación de otros a cambio de una rentabilidad pasiva en forma de interés.

Se llama fija, a diferencia de la variable (representada sobre todo por las acciones de bolsa), porque hay un plazo fijo de vencimiento o devolución. Muchas personas, no obstante, creen que el calificativo de *fija* hace referencia a que la rentabilidad está previamente definida de antemano. Esto no es exactamente así, aunque la rentabilidad de este tipo de instrumentos sí es cierto que a grandes rasgos se conoce con anterioridad y no está sujeta a las oscilaciones de la renta variable.

La renta fija pública es la emitida por empresas y organismos públicos: estado, comunidades autónomas... Los supuestos más conocidos son las letras, bonos y obligaciones.

Este tipo de renta tiene una solvencia y garantía de devolución mayor que la privada, aunque en cualquiera de los dos casos las rentabilidades hoy en día son muy bajas. Recomendable, por tanto, tan solo para perfiles muy conservadores con clara aversión al riesgo.

En la carpeta de *Extras > 6* tienes una guía de productos de renta fija elaborada por la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

100 Productos financieros de renta fija privada

Ya mencionada en el apartado anterior, la renta fija privada es la emitida por empresas, entidades financieras y organismos privados.

Es el caso de los pagarés de empresa, bonos y obligaciones.